



LACA DENTAL

Mức 3/5

1.3

Bán hàng và chuyển đổi

Trong 10 người đã đến hỏi hoặc đến khám, bao nhiêu người đồng ý mua, và vì sao những người còn lại chưa mua?

Là gì?

Ô này là đoạn đường từ lúc khách đã đến (hoặc đã hỏi) cho tới lúc khách đồng ý và trả tiền. Nó gồm cách đón, cách hỏi để hiểu nhu cầu, cách giải thích phương án và giá, cách gỡ băn khoăn, và cách theo dõi người chưa quyết. Trong dịch vụ y tế, “bán” nghĩa là tư vấn đúng chỉ định và đưa đủ thông tin để khách tự quyết, không phải thuyết phục bằng mọi giá.

Vì sao cần?

Đây là con đường ②: cùng một số khách đến, tỷ lệ đồng ý tăng từ 5/10 lên 6/10 (minh hoạ) là doanh thu tăng 20% mà không tốn thêm đồng quảng cáo nào. Khi cách tư vấn chỉ nằm trong đầu một người giỏi, người đó nghỉ hoặc quá tải là doanh thu tụt theo. Muốn mở cơ sở thứ hai, cách tư vấn phải được viết ra và dạy lại được.

Dấu hiệu ô này đang nóng

- Không ai biết trong số khách đã khám hoặc đã hỏi giá, bao nhiêu người đồng ý mua.
- Người chốt giỏi là chủ hoặc một bác sĩ; người mới tư vấn thì khách hay nói “để em suy nghĩ thêm”.
- Khách chưa quyết rồi đi là mất hút, không ai gọi lại theo lịch.
- Báo giá bằng miệng, mỗi lần nói một kiểu; khách bất ngờ khi thấy chi phí phát sinh.

Làm thế nào?

1 Đo tỷ lệ chuyển đổi trước

Viết rõ định nghĩa: trong số khách đã khám và được tư vấn, bao nhiêu người đồng ý bắt đầu kế hoạch trong 30 ngày. Đếm hằng tuần, tách theo người tư vấn và nhóm dịch vụ.

2 Ghi âm vài buổi tư vấn thật (có đồng ý)

Xin khách đồng ý bằng văn bản trước khi ghi âm; ghi âm và hồ sơ là dữ liệu cá nhân nhạy cảm, xử lý theo Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân 2025 (hiệu lực 01/01/2026) – kiểm tra bản hiện hành, hỏi luật sư. Chọn cả buổi khách đồng ý và buổi khách chưa đồng ý để so.

3 Viết quy trình tư vấn từ cách đang làm thật

Chuyển ghi âm thành chữ, xếp thành các bước: chào, hỏi, khám và giải thích, đưa phương án, báo giá, gỡ băn khoăn, hẹn bước tiếp. Mỗi bước giữ vài câu nói hay nhất của người giỏi nhất.

4 Chuẩn hoá phiếu kế hoạch và báo giá

Một mẫu in hoặc gửi qua Zalo: tình trạng, các phương án (kể cả phương án tiết kiệm hơn khi phù hợp), ưu nhược điểm, giá, lịch, điều kiện thanh toán. Khách mang về nhà đọc vẫn hiểu.

5 Theo dõi người chưa quyết

Gắn nhóm “đã khám, chưa quyết định”, hẹn ngày gọi lại cụ thể, hỏi khách còn băn khoăn gì và ghi lý do. Không ép, không giảm giá tràn lan.

6 Luyện và nghe lại định kỳ

Mỗi tháng nghe lại vài buổi, luyện đóng vai với người mới, sửa quy trình theo câu nào hiệu quả, câu nào làm khách lùi lại.

Thang chấm 1–5 VIÊN ĐẬM = MỨC CỦA LACA DENTAL

1

Không có cách bán thống nhất; ai đến thì tiếp; không theo dõi khách chưa mua; không biết tỷ lệ chốt.

2

Chủ hoặc một người giỏi chốt tốt nhưng cách làm nằm trong đầu; người khác làm theo cảm tính; báo giá bằng miệng.

3

Có quy trình tư vấn và mẫu báo giá viết ra, đội dùng đều; có danh sách khách chưa quyết để gọi lại; nhưng chủ vẫn phải kèm, tỷ lệ chốt chưa đo đều đặn.

LACA DENTAL

4

Tỷ lệ chốt đo hằng tuần theo người và dịch vụ; người mới học quy trình là tư vấn được; quản lý tự huấn luyện theo sổ; chủ chỉ xem bảng.

5

Quy trình được cải tiến hằng tháng từ ghi âm và số liệu mà không cần chủ; cơ sở mới đạt tỷ lệ chốt gần cơ sở mẫu sau vài tháng; khách giới thiệu người quen vì được tư vấn rõ ràng.

Tự kiểm tra nhanh

- ☐ Anh chị có biết tỷ lệ khách khám xong đồng ý điều trị (hoặc hỏi giá xong đồng ý mua) của tháng trước không?
- ☐ Cách tư vấn của người giỏi nhất đã được viết thành các bước, có câu nói mẫu chưa?
- ☐ Khách có nhận phiếu kế hoạch và báo giá bằng văn bản (giấy hoặc Zalo) trước khi đồng ý không?
- ☐ Mỗi khách chưa quyết có ngày gọi lại cụ thể và người phụ trách không?
- ☐ Người mới vào làm một tháng có tư vấn được theo quy trình mà không cần chủ đứng cạnh không?

Ví dụ

LACA Dental (case mẫu)

LACA chấm mức 3, nhưng là mức 3 chưa vững. Kết quả chuyển đổi tốt là có thật: hơn một nửa người làm phục hồi lớn bắt đầu chỉ từ một buổi khám, chụp phim; gần một nửa người chữa tủy quay lại phục hồi đúng răng đó. Bác sĩ giải thích trung thực, dùng ví von đời thường, nói rõ giới hạn của điều trị – đó là tài sản đáng nhân lên. Nhóm khách “đã khám nhưng chưa quyết định” đã có tên trong CRM 8 nhóm. Nhưng chưa đo tỷ lệ khám xong đồng ý kế hoạch điều trị, quy trình tư vấn chưa viết ra, lời tư vấn hay nhất vẫn nằm ở bác sĩ; nên chưa thể lên mức 4.

Ví dụ minh họa: garage sửa ô tô

Một garage (giả định) kiểm tra xe miễn phí nhưng chỉ khoảng 4/10 khách đồng ý sửa (số minh họa). Nghe lại 10 lần báo giá, chủ thấy thợ nói toàn thuật ngữ và đưa một con số tổng. Garage đổi sang phiếu 3 cột: phải sửa ngay – nên sửa trong 3 tháng – có thể chờ, kèm ảnh chỗ hỏng. Khách hiểu, tự chọn, và quay lại cho các hạng mục “có thể chờ”.

Ví dụ minh họa: cửa hàng điện máy gia dụng

Một cửa hàng điện máy (giả định) có hai nhân viên: một người chốt 6/10 khách, người kia 2/10 (số minh họa). Chủ ghi lại 5 buổi tư vấn của người giỏi, viết thành 6 câu hỏi nhu cầu và một bảng so sánh 3 mẫu máy. Người mới học trong 2 tuần, tỷ lệ chốt lên 4/10. Khách chưa mua nhận bảng so sánh qua Zalo và được hẹn gọi lại sau 3 ngày.

LACA Dental • 90 ngày ở ô này

HIỆN TRẠNG

Hơn nửa ca phục hồi lớn bắt đầu từ một buổi khám, chụp phim; gần một nửa người chữa tủy quay lại phục hồi răng đó. Bác sĩ tư vấn trung thực, nói rõ giới hạn; có bằng ghi âm buổi khám (chỉ dùng khi bệnh nhân đồng ý). Kế hoạch đã có nhóm CRM “đã khám nhưng chưa quyết định” và USP “Rõ tình trạng. Rõ phương án. Rõ chi phí.”

KHOẢNG TRỐNG

Chưa đo tỷ lệ khám xong đồng ý kế hoạch điều trị; chưa có quy trình tư vấn viết ra để người mới làm theo; chưa có mẫu phiếu kế hoạch – báo giá dùng chung; khách chưa quyết chưa có lịch gọi lại đo được.

VIỆC TRONG 90 NGÀY

- Lễ tân trưởng thêm trạng thái “đồng ý – chưa quyết – từ chối” cho mỗi ca khám mới trong phần mềm; có tỷ lệ đồng ý hằng tuần, tách theo bác sĩ và nhóm dịch vụ; con số đầu tiên trước 10/11/2026 (ngày 30).
- Chủ phòng khám chọn 5 buổi tư vấn đã có đồng ý ghi âm bằng văn bản (mỗi nhóm dịch vụ một buổi), chuyển thành chữ, xoá mọi thông tin nhận diện, viết quy trình tư vấn kế hoạch điều trị bản 1 – xong trước 10/12/2026 (ngày 60).
- Bác sĩ và lễ tân thống nhất một mẫu phiếu kế hoạch điều trị: tình trạng, các phương án (có phương án tiết kiệm hơn nếu phù hợp chuyên môn), chi phí, lịch, điều kiện thanh toán; áp dụng cho mọi ca từ 01/12/2026.
- Lễ tân gọi lại khách “chưa quyết” sau 3 ngày và sau 14 ngày, hỏi còn băn khoăn gì, ghi lý do vào phần mềm; cuối mỗi tháng chủ phòng khám đọc 3 lý do lặp lại nhiều nhất và sửa lời tư vấn.
- Trước 09/01/2027 (ngày 90): bác sĩ và phụ tá mới được dạy theo quy trình bản 1; chủ phòng khám nghe lại 2 buổi mỗi tháng để góp ý và cập nhật bản 2.

Giữ mức 3 nhưng cho vững: tỷ lệ khám xong đồng ý điều trị được đo hằng tuần ít nhất 8 tuần liền, quy trình tư vấn bản 1 viết ra và đang dùng, 100% ca có phiếu kế hoạch bằng văn bản. Đây là điều kiện để lên mức 4 trong quý 1/2027.

Checklist triển khai

- ☐ Định nghĩa “đồng ý điều trị” viết thành một câu, cả đội hiểu giống nhau
- ☐ Trạng thái đồng ý / chưa quyết / từ chối có trong phần mềm
- ☐ Bảng tỷ lệ đồng ý hàng tuần theo bác sĩ và nhóm dịch vụ
- ☐ Phiếu đồng ý ghi âm, dùng hình ảnh, câu chuyện có trong hồ sơ khám
- ☐ 5 buổi tư vấn đã ghi âm, chuyển thành chữ, đã ẩn danh
- ☐ Quy trình tư vấn bản 1 có câu nói mẫu cho từng bước
- ☐ Mẫu phiếu kế hoạch điều trị – báo giá dùng chung
- ☐ Lịch gọi lại khách chưa quyết, có người phụ trách

Chỉ số đo

CHỈ SỐ	CÁCH ĐO	THẾ NÀO LÀ TỐT
Tỷ lệ khám xong đồng ý kế hoạch điều trị	Số khách đồng ý bắt đầu trong 30 ngày ÷ số khách đã khám và được tư vấn	Tự đặt từ số 4 tuần đầu; theo dõi xu hướng, không đẩy số bằng cách tư vấn vượt chỉ định
Tỷ lệ đồng ý theo người tư vấn	Như trên, tách theo từng bác sĩ	Khoảng cách giữa người cao nhất và thấp nhất hẹp dần
Khách chưa quyết được gọi lại đúng hạn	Số cuộc gọi đúng ngày ÷ số khách chưa quyết đến hạn	Gần 100%
Ca có phiếu kế hoạch bằng văn bản	Số ca có phiếu ÷ số ca được tư vấn	100%

AI và tự động hoá

VIỆC	CÔNG CỤ	AI LÀM - NGƯỜI LÀM
Viết kịch bản tư vấn từ ghi âm	Công cụ chuyển giọng nói thành chữ + Claude	Chỉ dùng ghi âm đã có đồng ý bằng văn bản, xoá tên, số điện thoại trước khi đưa vào AI. AI xếp lời thoại thành các bước, gom câu hỏi khách hay hỏi; chủ phòng khám và bác sĩ chọn câu giữ lại và chịu trách nhiệm chuyên môn.
Soạn phiếu kế hoạch để hiểu	Claude	Bác sĩ ghi tình trạng và phương án bằng ngôn ngữ chuyên môn; AI viết lại bằng lời dễ hiểu cho khách; bác sĩ đọc lại trước khi gửi. AI không tự đưa ra chỉ định.
Nhắc gọi lại khách chưa quyết	n8n + phần mềm quản lý hoặc Google Sheets + Zalo OA	Đến hạn, n8n tạo việc cho lễ tân và gửi tin chăm sóc cho khách đã đồng ý nhận tin; người gọi và ghi lý do.
Luyện tư vấn cho người mới	Claude đóng vai khách	AI đóng vai khách lo chi phí, sợ đau, muốn về hỏi người nhà; người mới luyện trả lời theo quy trình; người hướng dẫn chấm và sửa.

Sai lầm hay gặp

- Chỉ nhìn doanh thu mà không đo tỷ lệ chốt – không biết vấn đề nằm ở số khách đến hay ở cách tư vấn.
- Ngồi viết quy trình “nên làm” từ trí nhớ – bắt đầu từ ghi âm buổi tư vấn thật, rồi mới chỉnh cho gọn.
- Ép chốt bằng giảm giá hoặc tạo áp lực – trong y tế dễ mất lòng tin và rủi ro pháp lý; hãy đưa đủ thông tin và cho khách thời gian.
- Đặt chỉ tiêu dịch vụ cao cấp cho bác sĩ – chỉ định chuyên môn luôn đúng trên doanh số.

Khái niệm gốc TRUY VÊ NGUỒN NGUYÊN BẢN

KHÁI NIỆM	NGUỒN GỐC	CAS DÙNG THỂ NÀO
Bán hàng tư vấn bằng câu hỏi (SPIN) CÓ NGUỒN	Neil Rackham – “SPIN Selling”, McGraw-Hill – 1988 (dựa trên nghiên cứu khoảng 35.000 cuộc bán hàng)	CAS dùng ý “hỏi để hiểu tình trạng và hệ quả trước khi đưa giải pháp” cho bước hỏi – giải thích trong quy trình tư vấn.
Ra quyết định chung giữa bác sĩ và bệnh nhân CÓ NGUỒN	Cathy Charles, Amiram Gafni, Tim Whelan – “Shared decision-making in the medical encounter: What does it mean? (or it takes at least two to tango)”, Social Science & Medicine 44(5): 681–692 – 1997	Nền cho nguyên tắc “bán” trong y tế là đưa đủ phương án, ưu nhược và chi phí để bệnh nhân cùng quyết, thể hiện qua phiếu kế hoạch điều trị.
Hệ thống hoá cách làm để người khác làm theo CÓ NGUỒN	Michael E. Gerber – “The E-Myth Revisited”, HarperBusiness – 1995	CAS áp dụng để biến lời tư vấn trong đầu bác sĩ giỏi thành quy trình viết ra, dạy được cho người mới và cơ sở mới.
Định nghĩa “đồng ý trong 30 ngày” và lịch gọi lại 3 ngày – 14 ngày QUY ƯỚC CAS	CAS Automation tự đặt cho phòng khám và dịch vụ tư vấn	Mốc tham khảo để bắt đầu đo; điều chỉnh theo loại dịch vụ và thời gian khách thường cân nhắc.

Ô liên quan

1.2 Tạo khách tiềm năng · 1.4 Chăm sóc, giữ chân, giới thiệu · 2.2 Offer, giá, mô hình doanh thu · 3.2 Con người · 3.3 Quy trình, hệ thống hoá · 6.4 Hợp đồng · 6.5 Quảng cáo, người tiêu dùng

Tài liệu là gợi ý quản trị, không phải tư vấn pháp lý, thuế hay y khoa. Số liệu minh hoạ đã được ghi rõ. Trước khi áp dụng các nội dung về pháp lý, thuế, quảng cáo dịch vụ y tế, hãy đối chiếu văn bản hiện hành và hỏi luật sư, kế toán.