



MARKETING IN DENTISTRY

Nadira Djumayevna Namazova
Associate Professor, Ph.D
Bukhara State Medical Institute
Bukhara, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: marketing, marketing strategy, promotion, dentistry, development

Received: 15.12.23

Accepted: 17.12.23

Published: 19.12.23

Abstract: In this article, we will look at effective marketing strategies that will help dental clinics. Marketing in dentistry plays an important role in attracting new patients and developing the clinic. In today's digital world, the dental market is highly competitive, and to attract the most profitable cases, it is necessary to have a quality marketing strategy.

STOMATOLOGIYADA MARKETING

Nodira Djumayevna Namazova
Dotsent, PhD
Buxoro davlat tibbiyot institute
Buxoro, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: marketing, marketing strategiyasi, reklama, stomatologiya, rivojlanish

Annotatsiya: Ushbu maqolada biz stomatologik klinikalarga yordam beradigan samarali marketing strategiyalarini ko'rib chiqamiz. Stomatologiyada marketing yangi bemorlarni jalb qilish va klinikani rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Bugungi raqamli dunyoda stomatologiya bozori yuqori raqobatbardosh va eng foydali holatlarni jalb qilish uchun sifatli marketing strategiyasiga ega bo'lish kerak.

МАРКЕТИНГ В СТОМАТОЛОГИИ

Надира Джумаевна Намазова.
Доцент, PhD
Бухарский государственный медицинский институт
Бухара, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая стратегия, продвижение, стоматология, развитие

Аннотация: В данной статье мы рассмотрим эффективные маркетинговые стратегии, которые помогут стоматологическим клиникам. Маркетинг в стоматологии играет важную роль в привлечении новых пациентов и развитии клиники. В современном цифровом мире конкуренция на рынке стоматологических услуг высока, и для привлечения самых прибыльных случаев необходимо иметь качественную стратегию маркетинга.

KIRISH

Har bir mutaxassis o'z o'rnini ishonchli egallashga, o'z mavqeini mustahkamlab olishga va maksimal foyda olishga intiladi. Stomatologiyada marketing sizga stomatologik xizmatlar bozorida o'zingizni ifoda etish, potentsial bemorlarning e'tiborini jalb qilish va ishonchini qozonish, shuningdek, mavjudlarini saqlab qolish imkonini beradi.

Stomatologiyada marketing yangi bemorlarni jalb qilish va klinikani rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Bugungi raqamli dunyoda stomatologiya bozori yuqori raqobatbardosh va eng foydali holatlarni jalb qilish uchun sifatli marketing strategiyasiga ega bo'lish kerak. Tish klinikangizning internetdagi mavjudligini yaxshilash yangi bemorlarni jalb qilishning asosiy qadamlaridan biridir. Ushbu yo'nalishdagi birinchi qadamlardan biri Yandex Maps, 2GIS, Facebook, Google Maps, Zoon, ProDoctorov va boshqalar kabi mashhur saytlarga joylashtirishdir. Ushbu saytlardagi sahifangizni kuzatib borish va kontaktlar, ish vaqti, shuningdek, klinikaning rasmiy veb-sayti va ijtimoiy tarmoqlariga havolalar haqida dolzarb ma'lumotlarni qo'shish juda muhimdir. Shuningdek, siz fotosuratlar qo'shishingiz va bemorlarning sharhlariga javob berishingiz mumkin, bu klinikaning obro'sini oshirishga va yangi bemorlarni jalb qilishga yordam beradi.

ASOSIY QISM

Muvaffaqiyatli stomatologiya maqsadli auditoriyani aniqlash va o'rganishdan boshlanishi kerak. Shuning uchun stomatologiya klinikangiz kimga, qanday va qanday xizmatlar ko'rsatishini aniqlash kerak. Ba'zilar uchun asosiy mezon - bu narx, boshqalari uchun taniqli shifokor tomonidan davolanish muhim, boshqalari uchun ular uskunalar va materiallarga e'tibor berishadi. "Sizning" mijozlaringizning ehtiyojlarini qondirishga e'tibor qarating.

Ijtimoiy tarmoqlarda faol bo'lish, shuningdek, stomatologik amaliyotlar uchun samarali marketing strategiyasi ekanligini tushunish muhimdir. Instagram* eng ommabop ijtimoiy tarmoqlardan biri bo'lib, u yerdagi marketing bemorlarni jalb qilish uchun ayniqsa foydali bo'lishi mumkin. Klinika hisobini yaratish sizga stomatologiya haqida foydali ma'lumotlarni almashish, stomatologik parvarish bo'yicha maslahatlar berish, davolanish natijalarining ta'sirli fotosuratlarini

joylashtirish va tajribangizni namoyish etish imkonini beradi. Tinglovchilaringiz bilan shaxsiy darajada bog'lanish va ularning savollariga javob berish uchun Stories va Live kabi Instagram* funksiyalaridan ham foydalanishingiz mumkin. Kontentni muntazam yangilab turish va klinikangizga qiziqishni saqlab qolish uchun obunachilar bilan muloqot qilish muhimligini unutmang.

Maqsadli marketing - bu sizning amaliyotingiz stomatologiya xizmatlariga qiziqishi mumkin bo'lgan aniq auditoriyani jalb qilishga qaratilgan strategiya. Siz maqsadli auditoriyangizni yosh, jins, joylashuv va qiziqishlar kabi omillarga asoslanib belgilashingiz mumkin. Keyin ushbu auditoriyaga erishish uchun ijtimoiy media reklama kampaniyalarida maqsadli marketingdan foydalanishingiz mumkin. Misol uchun, siz Facebook reklamalarini faqat stomatologiya xizmatlariga qiziqqan ma'lum yoshdagi va joylashuvdagi odamlarga ko'rsatish uchun sozlashingiz mumkin.

Retargeting - bu sizning klinikangizga allaqachon qiziqish bildirgan yoki veb-saytingizga tashrif buyurgan odamlarga murojaat qilish imkonini beruvchi marketing strategiyasidir. Misol uchun, agar biror kishi veb-saytingizga tashrif buyurgan bo'lsa-da, lekin uchrashuvga yozilmagan bo'lsa, siz ularga klinikangiz haqida eslatish va ularni chora ko'rishga undash uchun retargeting reklamalaridan foydalanishingiz mumkin. Retargeting ijtimoiy tarmoqlardagi reklama kampaniyalarida ham, vositalar yordamida ham ishlatilishi mumkin

Qoniqarli bemorlarning ijobiy sharhlari kuchli marketing vositasidir. Qoniqarli bemorlaringizdan Yandex xaritalari, 2GIS, ProDoctorov, Google Maps va boshqalar kabi mashhur platformalarda sharh qoldirishlarini so'rang. Ijobiy sharhlar sizning klinikangiz uchun yaxshi obro' yaratadi va yangi bemorlarni jalb qiladi. Shuningdek, siz ushbu sharhlarni veb-saytingizga joylashtirishingiz va ularni reklama materiallarida ishlatishingiz mumkin.

Ko'pgina kompaniyalar quyidagi amaliyotdan foydalanadilar. Turli bo'limlarning top-menejerlari vaqti-vaqti bilan savdo maydonchalariga boradilar va oddiy maslahatchilar sifatida ishlaydilar. Mijozlar bilan muloqot qilish orqali menejerlar o'z mijozlarining haqiqiy afzalliklarini, ularning tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talablarini, ular nimani yoqtirishlarini va nimani o'zgartirishni xohlashlarini, ularning tanloviga nima ta'sir qilishini, shuningdek, boshqa foydali ma'lumotlarni o'rganadilar. Ofisga qaytib, ular olingan ma'lumotlarni tahlil qiladilar va o'zlarining xulosalari asosida xizmatni yaxshilaydilar.

Dental marketingda ma'lumotni vizual taqdim etish katta ahamiyatga ega. Ish paytida o'zingiz va xodimlaringiz uchun professional fotosessiya o'tkazing. Ishonchli va samimiy mutaxassislarni, stomatologiya klinikasidagi qulaylik va qulaylikni, ishonchli jihozlarni va yuqori darajadagi xizmatni ko'rsating. Ish misollariga e'tibor qarating (muvaffaqiyatli holatlar).

XULOSA

Shundan kelib chiqqan holda, tashrif buyuruvchilar sizning klinikangiz munosib, shifokorlar tajribali, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar malakali va yoqimli muhit haqida shaxsiy xulosa chiqarishadi.

Potensial mijozlar bunday stomatologiyaga maslahat uchun kelishadi. Agar Internet va reklama ma'lumotlari haqiqatan ham uchrashuvda tasdiqlansa, ular sizning doimiy bemorlaringiz bo'lib qolishlari kafolatlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Seidahmetov M. et al. Development of entrepreneurial potential of students through system of professional education //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2014. – T. 143. – C. 615-620.
2. Namazova Nodira Dzhumaevna. (2023). The Role of Medical Culture in the Development of Society. *Information Horizons: American Journal of Library and Information Science Innovation* (2993-2777), 1(10), 20–24. Retrieved from <https://grnjournal.us/index.php/AJLISI/article/view/1752>
3. Namazova Nodira Dzhumaevna. (2023). Principles of Sustainable Development and Education. *Excellencia: International Multi-Disciplinary Journal of Education* (2994-9521), 1(6), 66-72. <https://doi.org/10.5281/>
4. Dzhumaevna N. N. PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN REGIONAL TOURISM INFRASTRUCTURE //Gospodarka i Innowacje. – 2023. – T. 42. – C. 55-60.
5. Namazova, N. D. (2023). FEATURES OF THE QUALITY OF LABOR POTENTIAL FOR SMALL BUSINESS. *Mental Enlightenment Scientific-Methodological Journal*, 4(04), 258–264. <https://doi.org/10.37547/mesmj-V4-I4-38>
6. Dzhumaevna N. N. CHALLENGES OF THE MARKET IN THE TRANSFORMATION OF INNOVATIVE AND EDUCATIONAL METHODS FOR THE FORMATION OF THE LABOR AREA OF YOUTH //Journal of Social Sciences and Humanities Research Fundamentals. – 2023. – T. 3. – №. 05. – C. 82-86.
7. Shokirkhonova, E., & Yunusova, G. D. (2023). PECULIARITIES OF IMITATION WORDS IN KOREAN AND UZBEK. CURRENT RESEARCH JOURNAL OF PHILOLOGICAL SCIENCES, 4(10), 55-58.
8. Yusufova, M. Y. Q., & Yunusova, G. D. (2022). ANALYSIS OF MODERN SCIENTIFIC RESEARCH ON VERBS IN KOREAN. CURRENT RESEARCH JOURNAL OF PHILOLOGICAL SCIENCES, 3(11), 29-33.
9. Nosirkhonov, N. N., & Yunusova, G. D. (2022). Explicit methods of expressing please speech acts in Korean. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 12(5), 44-50.
10. Ziyamukhamedov, J. (2022). The Concept of Society and Man in Pu Sungling's Stories. *resmilitaris*, 12(4), 2113-2118.
11. Ziyamuhamedov, J. (2021). ARTISTIC DETAILS IN PU SUNG-LING'S CREATIVE STYLE. *Philology Matters*, 2021(1), 22-36.

12. Намазова Н. Д. МЕСТО СОВРЕМЕННОГО ВУЗА В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – Т. 24. – С. 916-925.м
13. Намазова Н. Д. СТАНОВЛЕНИЕ ПОНЯТИЙ И КОНЦЕПЦИЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ В КАЧЕСТВЕ ФАКТОРА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА //ЎТЎМОЎ FANLARDA INNOVASIYA ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2023. – Т. 3. – №. 2. – С. 224-228.
14. Namazova N. D. Indicative Planning As A Model For Creating Conditions For Increasing Interaction Of Economic Subjects In Regional Management //Journal of Positive School Psychology. – 2022. – Т. 6. – №. 8. – С. 7814-7818.
15. Намазова Н. Д. ИНДИКАТОРЫ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПЛАНИРОВАНИИ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ СОЧЕТАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ С РЫНОЧНЫМ САМОРЕГУЛИРОВАНИЕМ //Herald pedagogiki. Nauka i Praktyka. – 2022. – Т. 2. – №. 4.
16. Намазова Н. Д. ИНДИКАТОРЫ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПЛАНИРОВАНИИ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ СОЧЕТАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ С РЫНОЧНЫМ САМОРЕГУЛИРОВАНИЕМ //Herald pedagogiki. Nauka i Praktyka. – 2022. – Т. 2. – №. 4.