

---

Simplex  
Smile. It's simple.

**УСТАВ SIMPLEX**

Редакция 1.1 2022



## УСТАВ SIMPLEX

О команде	-----	<b>2</b>
Об ошибках	-----	<b>3</b>
О прибыли	-----	<b>4</b>
О развитии	-----	<b>5</b>
О закупках	-----	<b>5</b>
О качестве	-----	<b>6</b>
О пациентах	-----	<b>6</b>
О претензиях	-----	<b>8</b>
Про скорость и время	-----	<b>9</b>
О коллегах из других клиник	-----	<b>9</b>
О руководителях	-----	<b>9</b>

## 1. О КОМАНДЕ

- 1.1.** Сотрудники, любящие компанию и коллег, способные удовлетворить потребности пациентов – главный актив компании. Счастливый сотрудник – главная цель компании.
- 1.2.** Мы должны сделать все возможное, чтобы коллега шел на работу с удовольствием. Чтобы каждому нравилось делать то, что он делает.
- 1.3.** Мы следим за своей внешностью, здоровьем и мыслями. Мы дарим людям здоровье и красоту, а значит и сами должны соответствовать высоким требованиям.
- 1.4.** Не рекомендуется обсуждать и тем более обвинять кого-то за глаза. Лучше пригласить и обсудить ситуацию вместе.
- 1.5.** Мы приветствуем инициативу в коллективе. Чем больше инициативы проявляет сотрудник, тем больше возможностей он получает.
- 1.6.** Главные преступления в компании — равнодушие, воровство, вранье. Если сотрудник это проявил, даже по мелочи, нам не по пути.
- 1.7.** Смысл любой деятельности всех сотрудников компании - создание пользы для клиента. Клиент фронт-офиса — пациент. Клиент бэк-офиса — сотрудники фронт-офиса.
- 1.8.** Каждый сотрудник должен стараться выполнять обещания, взятые на себя. И делать все возможное, чтобы коллегам было приятно обращаться к вам с просьбой.
- 1.9.** Компания должна поддерживать неформальные связи между сотрудниками и образование команд.
- 1.10.** Решение сложных вопросов по текущим вопросам должно приниматься командно, в режиме консилиума группой сотрудников, желательно без участия руководителя. Обратиться к руководителю можно, в режиме уведомления: «У нас была такая ситуация, мы посоветовались и думаем поступить вот так».

- 1.11.** Мы все должны стараться давать сотрудникам отдыхать в их нерабочее время, отпуск. Надо хорошо подумать перед тем, как обратиться к сотруднику в это время.
- 1.12.** Сотрудники компании должны быть на связи в нерабочее время, и быть готовыми помочь пациентам и коллегам в сложных ситуациях. Говорить «у меня выходной, решайте сами» у нас не принято.
- 1.13.** Если вы обнаружили какую-либо неисправность, недочет, то самое страшное, что вы можете сделать, — пройти мимо. Не ждите, когда «ответственные за проблему» найдут и устранят все самостоятельно. Подсказывайте, помогайте — так мы не только станем ближе друг к другу, но и сделаем наш Simplex лучше.
- 1.14.** Работа в Simplex – это занятость с полным вовлечением. Поэтому работать у нас и параллельно где-то еще невозможно на большинстве позиций. Если сотрудник имеет какие-то существенные проекты на стороне, рекомендуется их закрыть или сделать выбор в пользу работы над этими проектами.

## 2. ОБ ОШИБКАХ

- 2.1.** Мы не ищем кто виноват — мы выясняем что произошло, и как такого больше не допустить
- 2.2.** Ошибка — это нормально, на ней мы можем научиться.
- 2.3.** Важно уметь признавать ошибки. С сотрудниками, которые придумывают отговорки, пытаются свалить вину на других, вовлекают руководителей в разборки, нам не по пути.
- 2.4.** Сокрывать ошибку — преступление.
- 2.5.** Повторить ошибку — очень плохо.
- 2.6.** Нам нужны сотрудники, которым не все равно. Они видят, что ошибка может повториться, и работают над тем, чтобы этого не случилось.

**2.7.** При столкновении с ошибкой нужно скрупулезно копать, что бы найти первопричины.

**2.8.** При поиске причины ошибки обязательно выслушивать все точки зрения.

**2.9.** Штрафы за ошибки запрещены.

**2.10.** Если ошибки проявляется редко, а на системном уровне исправить их дорого, далеко не всегда необходимо исправлять. Если исправление приводит к резкому удорожанию, мы теряем конкурентоспособность.

---

***Например,** пациентка пожаловалась, что при отправке элайнеров курьер был недоброжелателен. У нас нет своих курьеров, и нанимать нам их в штат – не целесообразно. В этом случае нам выгоднее признать эту проблему, извиниться и загладить вину подарком*

### 3. О ПРИБЫЛИ

**3.1.** Компания должна зарабатывать деньги. Без прибыли невозможно развитие.

**3.2.** Репутация важнее заработка. Заработать деньги, но оставить пациента недовольным запрещается.

**3.3.** Чтобы пациент был доволен, его ожидания должны совпасть с полученным результатом. Поэтому нельзя обещать лишнего.

**3.4.** У нас отличное качество лечения и сервис. Мы предлагаем оптимальные решения за счет технологий, знаний, опыта. Пациенту сложно найти продукт такого же качества за ту же сумму в другой компании.

## 4. О РАЗВИТИИ

- 4.1.** Мы всегда стремимся стать лучше. Учась новому, мы улучшаем себя, улучшаем компанию.
- 4.2.** Мы не делаем то, что не умеем. Если случай находится за пределами компетенции - направим к специалисту, который решит этот вопрос лучше нас.
- 4.3.** Мы открыто делимся знаниями с коллегами.
- 4.4.** Новые технологии терпят неудачу, если о них не знают пациенты. Овладеть навыками и новыми технологиями и не рассказать пациентами и маркетингу - это плохо. Так очень мало кто узнает про то, что у нас есть, и что мы умеем.

## 5. О ЗАКУПКАХ

- 5.1.** Главный критерий выбора поставщиков товаров или услуг — надежность. Они должны быстро помогать нам при сбоях. Брать ответственность на себя за проблемы в поставках. Быстро исправлять ошибки.
- 5.2.** Нужно пытаться закупать все по оптимальной цене. Речь не идет о том, чтобы покупать что-то дешевое или некачественное. Но мы должны сформулировать требования к качеству и найти оптимальный товар и оптимального поставщика.
- 5.3.** Потому что закупая что-то, мы всегда рассматриваем несколько вариантов, сравниваем цены, просим скидку.
- 5.4.** Такой подход касается всех без исключения расходов компании: на бумагу, телефонию, стоматологические материалы, уборку, кофе, аутсорсинговые услуги и т.д.  
Каждый, кто тратит деньги компании, должен убедиться, что они тратятся оптимально.
- 5.5.** Не реже одного раза в год нужно проводить ревизию цен на закупки и работы. За это время могут появиться новые компании или новые способы выполнения работы.

## 6. О КАЧЕСТВЕ

- 6.1.** Качественная работа = работа, выполненная без ошибок + довольный пациент.
- 6.2.** Качество не имеет отношения к регламентам СТАР и прочим нормам. Иногда можно сделать по этим регламентам, но работа будет некачественная. И наоборот.
- 6.3.** Мы делаем работу так, как делали бы ее для самых близких людей: своей семьи.
- 6.4.** Необходимо избегать деятельности, потребляющее ресурсы, но не удовлетворяющей потребности клиента. Важно знать, где можно сделать достаточно хорошо, а не идеально. При завышенном качестве удовлетворенность клиента не вырастет, а деньги компании и пациента будут выкинута.
- 6.5.** Совершенствовать качество нужно постепенно, шаг за шагом, в режиме небольших улучшений. Самое ценное улучшение для нас и для наших пациентов — это повышение качества без увеличения стоимости.
- 6.6.** Повысить качество, но не сказать об этом клиенту и маркетингу — преступление: наши услуги становятся дороже и лучше, но мы не можем это объяснить пациенту!
- 6.7.** Повышение качества должно отражаться в снижении ошибок или в уровне удовлетворенности пациентов. Если этого не произошло, а продукт стал дороже - мы просто выкинули деньги.

## 7. О ПАЦИЕНТАХ

- 7.1.** Наш бизнес — это не услуга по лечению зубов, а люди, которым мы лечим зубы.
- 7.2.** Наш пациент — это человек, который хочет получить здоровье и красоту. Он понимает, что за качество надо платить. Он требует уважения к себе, но и сам с уважением общается с компанией.

Он ценит свое время. Он хочет выстроить доверительные отношения с компанией и работать с профессионалами. Он выбрал Simplex, потому что доверяет нам. Он не проверяет каждую закорючку, так как знает, что мы не обманем.

**7.3.** Если в процессе общения пациент ведет себя по отношению к нам крайне неуважительно, то, то это не наш стиль общения, нам лучше закончить отношения с ним.

**7.4.** Если пациент не доверяет нам уже на этапах до инвазивных вмешательств, нам лучше признать, что мы не можем ему помочь и закончить отношения с ним.

**7.5.** Мы должны превзойти ожидания пациента. Сделать его счастливым. Он должен удивиться и в стать нашим фанатом. Только так он будет нас рекомендовать.

**7.6.** Один из наших ценнейших активов — это довольные пациенты, довольные нашими работами.

**7.7.** Клиент не всегда прав. Занимая во всех случаях сторону пациента, мы демотивируем сотрудников, а так делать нельзя. Но нельзя спешить объявлять пациента неправым. Нужно посоветоваться с коллегами, имеющих большой опыт оказания супер-сервиса и тщательно подумать.

**7.8.** Если 9 из 10 этапов мы сделали хорошо, а на последнем, 10-м, пациент разочаровался, то он разочаровался полностью во всей нашей работе и нас не порекомендует. Необходимо найти точку, на которой отношения стоит закончить. Лучше сделать это пораньше и расстаться на хорошей ноте.

**7.9.** Если мы направляем пациента к другим специалистам для выполнения любого лечения, то необходимо контролировать успешность лечения. Если этот специалист накосячит, мы будем нести за это моральную ответственность. И недовольство пациента распространиться и на нас.

**7.10.** Запрещено выпускать пациента из клиники без зубов. Жить в таком состоянии – унижение и дискомфорт.



## 8. О ПРЕТЕНЗИЯХ

- 8.1.** Лучше всего наша компания проявляет себя, когда пациент нам не платит, а мы помогаем ему. Даже в случаях когда, возможно, мы не виноваты и можем запросто формально отказать.
- 8.2.** Помочь пациенту, вложив в это наши силы, время, деньги, но не объяснить пациенту, что мы сделали - неправильно. Пациент должен знать о подвиге. Делая все незаметно, мы не увеличим лояльность.
- 8.3.** Самое плохое при поступлении претензии — долго думать или долго исправлять. На выходе мы тратим деньги, силы, время, но не повышаем лояльность. Для рекламаций главное — скорость и принятие решения на уровне исполнителей. Для этого у исполнителей должны быть полномочия тратить деньги компании на исправления рекламаций и самостоятельно и быстро решать вопрос.
- 8.4.** Затраты удовлетворение претензий — это маркетинг. Нам намного эффективнее и дешевле вложиться в это, чем, в привлечение новых пациентов.
- 8.5.** Претензия — это не проблема, а шанс проявить себя, показать искреннее желание помочь пациенту, и показать, что такое Simplex.
- 8.6.** Лояльность пациента после исправления претензии должна стать в итоге даже выше, чем до появления проблемы.
- 8.7.** Претензия - это шанс все исправить и стать лучше. Мы всегда благодарим пациента за это.
- 8.8.** В сложных случаях (работы от 100 тысяч) нужно предложить два варианта.

---

### **Кейс для примера:**

*На второй день лопается временная коронка, по прикусу вопросы. Вроде, гарантии на временах нет. Но как-то не по-человечески. Мы предлагаем: да, без проблем, коронку переделаем бесплатно. Но больше так делать не будем. Если хотите, что бы коронка служила вам долго - вам необходимо ортодонтическое лечение.*

## 9. ПРО СКОРОСТЬ И ВРЕМЯ

- 9.1.** Мы ценим и время пациента, и своё время.
- 9.2.** Чем выше скорость процессов, тем лучше. Но скорость не за счет качества, а за счет удобства процессов и опыта.
- 9.3.** Все процессы и регламенты должны упрощать процессы и ускорять строительство. Если регламент замедляет процессы, то это плохой регламент.
- 9.4.** Если контроль и проверки негативно влияют на скорость процессов, то это плохой контроль.

## 10. О КОЛЛЕГАХ ИЗ ДРУГИХ КЛИНИК

- 10.1.** Мы никогда не говорим плохо о коллегах. Мы показываем выгоды, которые пациент извлечет из работы с нами.
- 10.2.** Мы должны быть внимательны к тому, что коллеги делают лучше нас, дешевле нас, быстрее нас, и постоянно распространять эту информацию внутри компании.
- 10.3.** Сильные коллеги помогают нам развиваться и идти вперед.

## 11. О РУКОВОДИТЕЛЯХ

- 11.1.** Опыт пациента зависит от линейного сотрудника. Руководители - поддерживающая функция. Поэтому роль руководителей, в первую очередь, не мешать сотрудникам работать.
- 11.2.** Запрещается требовать с сотрудников объемные отчеты. В идеале все отчеты руководитель должен получать автоматически.

- 11.3.** Руководитель должен обеспечить деятельность сотрудников таким образом, чтобы все работало без него. Запрещается внедрять «подтверждение руководителя», без которого процесс дальше не идет.
- 11.4.** Все нужно делать в уведомительном порядке: процесс идет, а руководитель получает уведомление.
- 11.5.** Во все отделы сотрудника берет команда отдела, а не руководитель – лишь утверждает.
- 11.6.** Запрещается увольнять сотрудника без привлечения генерального директора.
- 11.7.** Руководитель должен прогнозировать будущую загрузку своего отдела и заранее сигнализировать о возможных перегрузках. Если руководитель сообщает о перегрузке по факту ее возникновения, это ошибка, которая сильно бьет по компании.
- 11.8.** Задача руководителя — делать все, чтобы работать было проще. Нам важен порядок в бизнес-процессах, но мы против регламентов ради регламентов. Искать способ не делать работу, которая не нужна, упрощать процессы и взаимодействие с другими подразделениями.
- 11.9.** Делегируя задачу вы должны потребовать у собеседника взять на себя обещание, в котором оговаривается результат, а не процесс.
- 11.10.** Доверие - главная валюта компании. Как с пациентами, так и с сотрудниками.