

THÔNG TIN THÀNH VIÊN

Họ tên: NGUYỄN ANH SƠN DT: 0936182468 CHAPTER: SPACE Ngày 7/7/2026

Ngày sinh/Nơi sinh/Nguyên quán	20/06/1978 Hải Dương
Tên Công ty	Công ty TNHH Minh Đức Care Việt Nam
Email/ Web/ DTDD	Drnguyenanhson78@gmail.com / xanhdental.vn / 0936182468
Chức danh trong DN	Giám Đốc phụ trách chuyên môn
Các bằng cấp bạn có	Ths.Bs chuyên ngành Răng – Hàm – Mặt
Kinh nghiệm trong ngành này	20 năm
Công việc đã trải qua trước đây	Kinh doanh phòng khám nha khoa từ 2007 tới nay
Địa chỉ nơi ở hiện nay	61- nguyễn văn giáp - cầu diễn – hà nội
Vợ / Chồng / Các con	Đã có 1 vợ và 2 con
Chuyên môn chính	Xây dựng và quản lý lĩnh vực chuyên môn trong nha khoa
Sở trường (mặt mạnh)	- Vui vẻ, hoà đồng với mọi người - Nắm bắt được tâm lý và giao tiếp tốt ,đánh giá được điểm yếu và điểm mạnh để giao việc hiệu quả . - Tích cực , năng động có thể thích nghi trong mọi môi trường , hoàn cảnh - Có thể bình tĩnh đối diện với biến cố . - Luôn lắng nghe chia sẻ, góp ý của đồng nghiệp, cấp dưới và đối tác - chịu khó học hỏi và tìm hiểu những điều mới mẻ - Nấu ăn ngon
Sở đoản (mặt yếu)	- Dễ dãi với bản thân và khó tính với người khác - Luôn muốn mọi thứ phải ngăn nắp, chính xác, rất ghét chờ đợi và sai hẹn.
Thói quen hàng ngày của bạn	- bơi, gym, yoga , đọc sách - Nấu ăn - Học các khóa học
Sở thích (món ăn, âm nhạc,...) và sở ghét của bạn.	-Sở thích : du lịch, chăm sóc gia đình - luôn suy nghĩ tích cực trong công việc cũng như trong cuộc sống - Ghét nghe nói dối hay phải nói dối
Những hoạt động tôi yêu thích	-Giao lưu, mở rộng các mối quan hệ -Thể dục và xem film -Đi du lịch cùng gia đình, bạn bè - Thích trồng và chăm cây , nuôi các con vật
Khát vọng cháy bỏng của tôi	Giúp đỡ được nhiều người cùng hướng tới 1 cuộc sống tươi đẹp!
Những điều chưa ai biết về tôi	- Dễ xúc động khi xem phim tình cảm

Chìa khóa thành công của tôi	- Luôn vui vẻ, suy nghĩ tích cực, nhìn vào vấn đề để giải quyết chứ không nhìn vào câu chuyện để giải quyết.
Ngày T7, CN bạn thường làm gì	Tôi dành thời gian cho bản thân
Bạn mong muốn gì 1-2 năm tới	- Ổn định việc phát triển phòng khám - Phát triển được công ty riêng về phần mềm số hóa cho doanh nghiệp và hỗ trợ được nhiều phòng khám nha khoa đang loay hoay trong vấn đề quản trị
Thần tượng Nhân vật ưa thích của bạn	- Dale Carnegie - bậc thầy giao tiếp
Điều cần làm trong 12 tháng tới	Đưa được phần mềm nha khoa ra thị trường và phủ sóng mạnh
Các CLB, tổ chức mà bạn tham dự	BNI

Bảng GAINS + M

GOALS – những mục tiêu của bạn, bạn cần đạt được điều gì cho bản thân, cho cuộc sống, cho công việc...	- Ổn định sự phát triển của Xanh dental - Học tập và ứng dụng AI vào các công việc - Phát triển bản thân để thành người dẫn đầu - Cân bằng giữa công việc và gia đình - Không kiếm tiền bằng mọi cách nhưng sẽ không bỏ qua bất cứ cơ hội kiếm tiền nào nếu thấy phù hợp tiêu chí
Accomplishments – Những thành tựu của bạn (từ lúc nhỏ đến lớn), tài sản, kinh nghiệm, kiến thức, kỹ năng, bằng cấp...	- Luôn đứng đầu trong 12 năm học phổ thông - Hoàn thành xuất sắc 6 năm đại học y hà nội - Tham gia bác sỹ không biên giới 1 năm tại Cambodia sau khi ra trường. - Trở về nước tiếp tục học tập và làm việc trong lĩnh vực răng hàm mặt từ 2004 tới nay
Interests – Những sở thích của bạn, sở thích chung giúp chúng ta dễ gặp gỡ và bền chặt nhau hơn	- Đi du lịch cùng gia đình , bạn bè - Trồng cây, làm vườn ,nghe nhạc - Sống vui vẻ, suy nghĩ tích cực,
Networks – Các mối quan hệ chất lượng của bạn (đối tác, bà con, bạn bè, sếp...)	- Kết nối tới những doanh nghiệp kinh doanh về vật tư , vật liệu y tế cho nha khoa , các chủ phòng khám , quản lý phòng khám hoặc chuỗi hệ thống phòng khám...
Skills – Các Kỹ năng, khả năng của bạn, qua phần này, bạn bè sẽ yên tâm và tin cậy bạn hơn	- Trò chuyện, chia sẻ được với những người lớn hoặc nhỏ tuổi hơn mình. - Thân thiện, cởi mở và sống chân thành, không vụ lợi - Kỹ năng đàm phán và phán đoán tình huống - Kỹ năng thuyết phục và tạo thiện cảm , kỹ năng bán hàng

PHIẾU ĐẶT QUAN HỆ HỢP TÁC

Bí quyết : “ Tôn trọng thời gian của nhau, lắng nghe tích cực và luôn động viên nhau, tập chung vào các vấn đề cần thảo luận. Sau khi đã nắm bắt hết các thông tin của nhau thì hãy bắt đầu ra ngoài tìm kiếm khách hàng tiềm năng cho đối tác của bạn “

1.Mô tả cụ thể về sản phẩm / dịch vụ của công ty bạn đang cung cấp

- Hoạt động 18 năm trong lĩnh vực nha khoa , với đội ngũ y bác sĩ có chuyên môn giỏi và phương châm bảo tồn và chăm sóc . Tiêu chí lấy khách hàng làm trung tâm để mang tới trải nghiệm dịch vụ tốt và chất lượng . Hiện tại Xanh dental đang có 2 cơ sở :

- 182 Cầu Giấy – Cầu Giấy - Hà Nội
- 93 Phố Nhỏ – Xuân Phương – Hà Nội

Hotline : 0869019000

Email: xanhdental@gmail.com

Fanpage: <https://www.facebook.com/share/1EGjZtdmh4/?mibextid=wwXlfr>

Website: xanhdental.vn

Hiện tại Xanh Dental đang có các dịch vụ như sau :

- Thẩm mỹ răng sứ
- Trồng răng Implant
- Chỉnh nha / Niềng răng
- Nha khoa tổng quát

2.Sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh :

Chuyên sâu chỉnh nha trẻ em đúng “thời điểm vàng”, không đợi thay hết răng mới làm – giúp hạn chế nhổ răng, phòng ngừa lệch hàm từ sớm.

Điều trị dựa trên đạo đức & chuyên môn, không bán dịch vụ, chỉ làm khi thực sự cần – phác đồ rõ ràng, minh bạch với khách hàng.

Hệ thống chăm sóc khách hàng 3 lớp: bác sĩ – điều dưỡng – chăm sóc sau điều trị, có nhắc lịch – theo dõi định kỳ – báo cáo kết quả đầy đủ.

Một trong số ít nha khoa điều trị vì cộng đồng, có áp dụng bảo hiểm y tế (BHYT) trực tiếp chi trả cho bệnh nhân nhưng vẫn giữ chuẩn dịch vụ cao cấp, giúp khách hàng tiết kiệm chi phí mà trải nghiệm thoải mái.

Chủ động công nghệ & chất lượng với các máy móc hiện đại công nghệ tiên tiến , chụp **Xquang ,CTCB được kiểm định chuẩn y tế , phòng Lab răng sứ và phần mềm quản lý khách hàng AI riêng**. Giúp rút ngắn thời gian – kiểm soát chất lượng – chăm sóc khách hàng trọn đời.

Vị trí thuận lợi, tập trung vào nhóm gia đình & trẻ em, gần các trường học – khu dân cư đông đúc.

Tất cả dịch vụ có hợp đồng và bảo hành bằng văn bản, giúp khách hàng và người giới thiệu yên tâm tuyệt đối.

3. Khách hàng và thị trường mục tiêu của bạn là ai ?

1. Khách hàng dịch vụ Răng sứ thẩm mỹ

Nhóm khách hàng	Đặc điểm cụ thể
Nữ giới 25–45 tuổi	Làm việc văn phòng, kinh doanh online, quan tâm ngoại hình, thu nhập từ 12–30 triệu/tháng.
Người làm nghề giao tiếp nhiều	MC, tư vấn viên, bán hàng, spa, streamer, beauty blogger... cần nụ cười đẹp để tăng uy tín và tự tin.
Người đã trám/chữa nhiều răng nhưng muốn cải thiện thẩm mỹ	Răng nhiễm màu tetracycline, mòn men, hô/móm nhẹ nhưng không muốn niềng.
Khách hàng cần thay đổi hình ảnh – cưới hỏi – chụp ảnh	Cô dâu/chú rể, người chuẩn bị event, ra mắt sản phẩm... muốn làm răng gấp trong 3–7 ngày.

2. Khách hàng dịch vụ Cấy ghép Implant

Nhóm khách hàng	Đặc điểm cụ thể
Người trung niên – cao tuổi (35–65 tuổi)	Mất 1 hoặc nhiều răng do sâu, viêm nha chu, tai nạn; muốn ăn nhai chắc chắn – lâu dài.
Khách hàng thất bại sau khi đeo hàm giả tháo lắp	Hàm giả lỏng, gây đau nướu; muốn giải pháp cố định, bền, không rơi khi ăn uống.
Người có điều kiện kinh tế ổn định	Chủ doanh nghiệp nhỏ, giáo viên, công chức, người có bảo hiểm cao cấp; ưu tiên chất lượng và sức khỏe hơn giá rẻ.
Người có bệnh lý toàn thân nhưng muốn điều trị an toàn	Tiểu đường nhẹ, huyết áp... cần nha khoa có bác sĩ giỏi và quy trình vô trùng chuẩn.

3. Khách hàng *Chỉnh nha trẻ em (6–15 tuổi)*

Nhóm khách hàng

Đặc điểm cụ thể

Trẻ 6–12 tuổi giai đoạn thay răng hỗn hợp

Răng mọc lệch, chen chúc, sai khớp cắn nhưng *can thiệp sớm sẽ không phải nhổ răng sau này*.

Trẻ bị thói quen xấu

Mút tay, thở miệng, đẩy lưỡi, cắn môi → dẫn đến hô, móm, hẹp hàm.

Phụ huynh có kiến thức & thu nhập ổn định

Thu nhập từ 15–40 triệu/tháng, quan tâm hình ảnh & tương lai con (muốn con tự tin – đẹp – phát triển hàm mặt chuẩn).

Học sinh tại các trường gần phòng khám

Khu vực mầm non, tiểu học, THCS xung quanh cơ sở Xanh Dental.

4. Khách hàng *Chỉnh nha người lớn (Niềng răng thẩm mỹ)*

Nhóm khách hàng

Đặc điểm cụ thể

Người 18–35 tuổi

Răng hô, móm, lệch – nhưng mong muốn chỉnh răng nhẹ nhàng, kín đáo (niềng trong suốt hoặc mắc cài sứ).

Người đi làm cần giao tiếp nhiều

Chuyên viên tư vấn, nhân viên văn phòng, tài chính, sales, giáo viên... ngại niềng sắt truyền thống.

Phụ nữ sau sinh, muốn cải thiện khuôn mặt và nụ cười

Có tài chính tốt hơn, sẵn sàng đầu tư cho bản thân.

Người từng niềng nhưng tái lệch do không đeo hàm duy trì

Nhu cầu chỉnh sửa nhanh, ít đau, ít can thiệp.

5. Khách hàng *Nha khoa tổng quát & BHYT*

Dịch vụ

Khách hàng cụ thể

Khám – lấy cao răng – trám răng

Người từ 18–45 tuổi, nhân viên văn phòng, học sinh – sinh viên, phụ nữ có con nhỏ.

Nhổ răng khôn/viêm lợi

Người 18–30 tuổi bị đau răng khôn, sưng nướu.

Điều trị tuỷ răng

Khách hàng đau răng do sâu, viêm tuỷ, thường là giới văn phòng, sinh viên, người không có thời gian đi khám thường xuyên.

Khách hàng sử dụng BHYT nhưng muốn trải nghiệm dịch vụ tốt

Học sinh, sinh viên, người lao động có BHYT, mong muốn vừa được chi trả bảo hiểm – vừa được chăm sóc nhẹ nhàng – sạch sẽ – không “bệnh viện hóa”.

4. Những ngành nghề nào có thể kết hợp với dịch vụ của bạn mà hiện tại chapter chưa có : Những ngành như Thẩm mỹ viện , Spa , Salon , giáo dục

5. Tôi nên mở đầu cuộc hội thoại như thế nào để dẫn dắt khách hàng nói ra nhu cầu của họ:

1. Dịch vụ Răng sứ – Thẩm mỹ nụ cười

Mục tiêu

Gợi để khách tự nói “em muốn răng đẹp hơn, muốn tự tin hơn...”

Câu mở đầu

“Anh/chị đã bao giờ cảm thấy chưa tự tin khi cười vì răng của mình chưa?”

“Nếu răng anh/chị trắng đều hơn một chút thì anh/chị có thoải mái khi nói chuyện/chụp ảnh hơn không?”

Câu đào sâu

“Điều gì ở hàm răng hiện tại làm anh/chị chưa ưng ý nhất – màu răng, hình răng hay độ lệch?”

2. Dịch vụ Trồng Implant – Mất răng / Ăn nhai khó

Mục tiêu

Khách tự chia sẻ về việc mất răng, khó ăn nhai, tự ti

Câu mở đầu

“Anh/chị cảm thấy việc ăn uống của mình có bị ảnh hưởng do mất răng không?”

“Khi giao tiếp hay cười, anh/chị có thấy ngại vì mất răng không?”

Câu đào sâu

“Nếu có thể ăn nhai chắc như răng thật trở lại, anh/chị có muốn tìm hiểu giải pháp không?”

3. Dịch vụ Chỉnh nha trẻ em (niềng răng sớm)

Mục tiêu

Phụ huynh tự nói ra lo lắng về răng của con

Câu mở đầu

“Răng của bé thay đều không anh/chị? Có chiếc nào mọc lệch hoặc bị chen chúc không?”

“Anh/chị có thấy con hay thở bằng miệng, mút tay hay răng mọc chìa ra ngoài không?”

Câu đào sâu

“Nếu chỉnh sớm để sau này không phải nhổ răng khi niềng, anh/chị có quan tâm không?”

4. Dịch vụ Chỉnh nha người lớn (niềng thẩm mỹ – sứ – trong suốt)

Mục tiêu

Khách tự thừa nhận rằng họ muốn răng đẹp hơn / tự tin hơn

Câu mở đầu

“Anh/chị có bao giờ thấy hơi ngại khi cười vì răng chưa đều không?”

“Nếu không phải gắn mắc cài kim loại lộ ra, anh/chị có nghĩ đến chuyện niềng răng không?”

Câu chào
sâu

“Điều gì khiến anh/chị chưa thực hiện niềng răng – sợ đau, sợ xấu hay sợ tốn thời gian?”

5. Nha khoa tổng quát – Đau răng, cao răng, răng khôn

Mục tiêu

Khách tự chia sẻ vấn đề về sức khỏe răng miệng

Câu mở đầu **“Gần đây anh/chị có thấy ê buốt, đau nhức hay chảy máu khi đánh răng không?”**

“Anh/chị đã lấy cao răng hoặc khám răng định kỳ trong 6 tháng gần đây chưa?”

Câu chào sâu **“Răng khôn có làm anh/chị bị đau hàm, sốt, hoặc khó ăn uống không?”**

TẠI SAO BẠN LẠI GIỚI THIỆU/CHỌN TÔI VÀ NHA KHOA XANH DENTAL ĐỂ GIỚI THIỆU :

Tôi giới thiệu Xanh Dental vì họ làm nghề bằng tâm, không vẽ bệnh – bác sĩ giỏi, nhẹ tay và chăm khách tận tình.

Ai mình gửi đến cũng quay lại khen và giới thiệu thêm bạn bè

6. Những cụm từ nào nếu tôi nghe thấy sẽ là một lời giới thiệu tốt cho bạn ?

1. RĂNG SỬ – THẨM MỸ NỤ CƯỜI

 Nếu bạn nghe ai nói:

- “Răng vàng quá, cười không tự tin chút nào.”
- “Tôi muốn làm răng sứ nhưng sợ giả, sợ mài răng nhiều.”
- “Sắp cưới mà răng chưa đẹp.”
- “Chụp ảnh không dám cười vì răng xấu.”

 **Hãy kết nối với:** *Xanh Dental – Phòng Lab inhouse đảm bảo có răng thay thế ngay sau khi làm , bác sĩ chuyên môn cao đảm bảo vô trùng và kỹ thuật .*

2. IMPLANT – MẤT RĂNG / ĂN NHAI KHÓ

 Nếu ai than răng:

- “Mất răng nên ăn uống rất bất tiện.”
- “Hàm giả lỏng lẻo, nhai gì cũng đau.”
- “Muốn trồng răng nhưng sợ đau, sợ biến chứng.”
- “Bố/mẹ mình lớn tuổi mất răng, ăn gì cũng khó.”

 **Hãy kết nối với:** *Xanh Dental – Trồng răng Implant không đau, bảo hành rõ ràng.*

3. CHỈNH NHA TRẺ EM (NIỀNG SỚM KHÔNG NHỔ RĂNG)

 Những câu kiểu như:

- “Con mình răng mọc lộn xộn, không biết có cần niềng không.”
- “Bé mút tay, thở miệng – sợ sau này răng hô.”
- “Nghe nói niềng răng phải nhổ, đau lắm đúng không?”
- “Không biết bao nhiêu tuổi thì nên chỉnh răng cho con.”

 **Nhớ tới:** *Xanh Dental – chuyên chỉnh nha dự phòng cho trẻ, giảm nguy cơ nhổ răng.*

4. CHỈNH NHA NGƯỜI LỚN (MẮC CÀI SỨ – TRONG SUỐT)

 Nếu khách nói:

- “Muốn niềng nhưng ngại xấu, đi làm phải gặp khách hàng.”
- “Răng hơi hô, muốn niềng lại mà sợ đau.”
- “Hồi xưa niềng rồi nhưng giờ lệch lại.”
- “Có loại niềng nào không bị lộ không?”

 **Giải pháp:** *Niềng sứ – niềng trong suốt tại Xanh Dental.*

5. NHA KHOA TỔNG QUÁT & BHYT

 Những tín hiệu rõ ràng:

- “Đau răng quá, mấy hôm nay không ngủ nổi.”
- “Đánh răng chảy máu – răng bị ê buốt.”
- “Răng khôn mọc lệch, đau cả hàm.”
- “Có chỗ nào khám răng được dùng bảo hiểm mà vẫn nhẹ nhàng không?”

 **Cứ giới thiệu tới:** *Xanh Dental – sạch, nhẹ nhàng, có hỗ trợ BHYT.*

7. Làm thế nào tôi có thể đánh giá đâu là referral tốt cho bạn nếu tôi thấy referral ấy thực sự tiềm năng ?

- ✓ Họ đang gặp đúng vấn đề về răng: đau – lệch – mất răng – xấu – không tự tin
- ✓ Họ đã nói ra mong muốn tìm giải pháp (ví dụ: “đang tìm chỗ niềng răng cho con”, “muốn trồng

răng nhưng sợ đau”)

✓ Họ không từ chối khi được đề xuất kết nối với nha khoa uy tín

8.Đâu sẽ là một referral ko thích hợp với bạn ?

Trường hợp	Giải thích
Chỉ muốn làm răng giá rẻ, không quan tâm chất lượng	Không phù hợp với giá trị điều trị chuẩn – bền – lâu dài của Xanh Dental.
Khách muốn khuyến mãi 100%, giảm nhiều hoặc miễn phí	Không phải tệp khách hàng mục tiêu.
Nhu cầu ngoài phạm vi chuyên môn	Ví dụ: phẫu thuật hàm mặt lớn, chỉnh nha xương chuyên sâu tại bệnh viện.

9.Những quan niệm sai về SP/ dịch vụ của bạn thường là gì ?

1. Với dịch vụ Niềng răng (trẻ em & người lớn)

✗ Quan điểm sai

✓ Sự thật đúng

“Niềng răng phải đợi thay hết răng mới làm.”

Niềng trẻ em hiệu quả nhất khi 6–12 tuổi (giai đoạn răng hỗn hợp), giúp hạn chế nhổ răng & chỉnh xương kịp thời.

“Niềng răng là đau, rất lâu và chỉ dành cho người trẻ.”

Ngày nay có niềng không nhổ răng, khí cụ nhẹ, thậm chí người 30–40 tuổi vẫn có thể niềng hiệu quả.

“Niềng răng làm mất thịt vào/hàm hộp đi.”

Chỉ xảy ra nếu nhổ và kéo răng sai cơ chế. Với phác đồ chuẩn & dựa trên gương mặt, điều này được kiểm soát hoàn toàn.

2. Với dịch vụ Răng sứ thẩm mỹ

✗ Quan điểm sai

✓ Sự thật đúng

“Bọc răng sứ là phải mài hết răng gốc.”

Hiện nay có phương pháp mài tối thiểu, thậm chí dán sứ Veneer chỉ mài mặt ngoài – giữ nguyên răng thật.

“Răng sứ chỉ để đẹp, dễ hỏng và không bền.”

Răng sứ có tuổi thọ 10–15 năm, thậm chí lâu hơn nếu làm đúng kỹ thuật & chăm sóc tốt.

“Làm răng sứ xong ăn nhai yếu, sút mẻ.”

Nếu khớp cắn điều chỉnh chuẩn & sử dụng sứ tốt (Emax, Lava...), sức nhai gần như răng thật.

3. Với dịch vụ Implant (cấy ghép răng)

✗ Quan điểm sai

✓ Sự thật đúng

“Trồng Implant rất đau và nguy hiểm.”

Thực tế gây tê tốt nên hầu như khách chỉ thấy hơi tức nhẹ, ít đau hơn nhổ răng khôn.

“Implant chỉ dành cho người già.”

Người trẻ mất răng càng nên trồng Implant để tránh tiêu xương, lệch hàm.

"Làm Implant phải kiêng nói chuyện, Sau 1–2 ngày đã sinh hoạt nhẹ, ăn mềm bình thường; không ăn uống lâu."

phải 'nằm một chỗ'.

"Implant dễ bị đào thải."

Tỉ lệ thành công lên đến 95–98% nếu xương tốt, bác sĩ giỏi và chăm sóc đúng.

4. Với Nha khoa tổng quát & điều trị BHYT

 Quan điểm sai

 Sự thật đúng

"Khám răng thì đi đâu cũng như nhau, làm ở bệnh viện cho rẻ."

Chất lượng khác nhau nhiều: vô trùng, bảo hành, tay nghề, công nghệ xác định rõ kết quả và độ bền.

"Nhổ răng khôn chắc chắn đau, sưng mấy ngày."

Với kỹ thuật gây tê tốt + nhổ ít sang chấn, nhiều khách chỉ sưng nhẹ 1–2 hôm hoặc không sưng.

"Điều trị BHYT là sẽ chậm, chờ đợi và phục vụ tệ."

Nhiều nha khoa (như Xanh Dental) áp dụng BHYT nhưng vẫn phục vụ như dịch vụ cao cấp – chỉ khác về phần chi phí thanh toán.

10. Bạn có hài lòng với cách quảng cáo về sản phẩm/ dịch vụ của bạn hiện tại ?

Thành thật mà nói: Chưa hoàn toàn hài lòng.

Hiện tại, Xanh Dental đã triển khai một số kênh quảng bá hiệu quả như:

- Fanpage/Facebook cá nhân/ Tiktok – chia sẻ ca điều trị thật và tư vấn kiến thức.
- Khách hàng giới thiệu khách (word-of-mouth) – đây vẫn là nguồn khách chất lượng cao nhất.
- Tham gia BNI để tạo referral chuẩn mực và tăng nhận diện thương hiệu.

Tuy nhiên, vẫn còn một số điều khiến tôi chưa hài lòng hoàn toàn:

- Nhiều người vẫn nghĩ nha khoa là “đau – đắt – sợ” nên quảng cáo cần mang tính giáo dục, xây niềm tin hơn là giảm giá.
- Dịch vụ chỉnh nha trẻ em, implant, răng sứ – vốn là các dịch vụ giá trị cao – nhưng chưa được truyền thông đúng để khách hiểu lợi ích dài hạn.
- Chưa khai thác hết nguồn sức mạnh từ referral chất lượng trong BNI (giới thiệu đúng người – đúng thời điểm).
- Tôi mong muốn khách hàng tìm đến phòng khám vì **tin tưởng & hiểu đúng giá trị**, chứ không chỉ vì khuyến mại.

Vì vậy:

 Tôi đang tập trung chuyển từ quảng cáo “đơn thuần” → sang “giáo dục khách hàng & xây dựng uy tín”.

 Và tôi xem BNI là kênh quảng bá đáng tin cậy nhất, vì mỗi referral đi kèm là một lời đảm bảo về uy tín.

-
11. Từ 1-10, bạn đánh giá tôi sẽ là người hợp tác với bạn ở mức nào ? (1: Không phù hợp, 10: Rất phù hợp)
12. Tôi cần làm điều gì khác để đáp ứng được mức số 10 ? - Giúp thành viên hiểu rõ dịch vụ của tôi - Để người giới thiệu yên tâm rằng khách của họ được chăm sóc, không bị bán hàng quá đà. - Cho thành viên “trải nghiệm thật” - Thể hiện sự chuyên nghiệp & trân trọng mối quan hệ.

10 CÂU HỎI GIÚP CÁC THÀNH VIÊN POWERTEAM CHO BẠN NHIỀU REF HƠN

Câu hỏi	Trả lời
1. Hãy cho biết bạn đã khởi nghiệp như thế nào	Tôi bắt đầu từ một mong muốn rất đơn giản: làm việc tại một phòng khám nha khoa nơi khách hàng được điều trị đúng – đủ – và bằng sự tử tế. Tôi từng là nạn nhân của một phòng khám nha khoa thiếu uy tín dẫn đến hệ lụy phải đi niềng răng mặc dù hàm răng của chính bản thân mình .Tôi nhận ra hai điều của những phòng khám nha khoa hiện giờ : • Có nơi làm rất giỏi về chuyên môn nhưng thiếu sự thấu cảm với khách hàng. • Có nơi lại đặt doanh thu lên trước sức khỏe bệnh nhân. Tôi muốn tạo ra một mô hình khác – nơi mà bác sĩ làm nghề bằng chuyên môn và lương tâm và nhân rộng mô hình để khách hàng vừa được trải nghiệm dịch vụ tốt, vừa có nơi uy tín tin cậy để giao phó sức khỏe của mình .
2. Điều gì bạn thích nhất về việc mình đang làm? Hãy kể cho tôi nghe một khách hàng	Điều tôi yêu thích nhất là <i>được thấy khách hàng thay đổi cả nụ cười lẫn cảm xúc và không còn phải chịu đựng những cơn đau.</i> Tôi nhớ có một bệnh nhân làm răng sứ tại xưởng vì tin vào lời của những người không có chuyên môn và giá rẻ ,để lại hậu quả lên sức khỏe với những tháng ngày sống liên với thuốc giảm đau , mất ăn mất ngủ tới khi chai sạn thuốc giảm đau và không thể chịu đựng được nữa . Khi điều trị cứu bệnh nhân đó thoát khỏi nỗi đau triền miên đó , bệnh nhân đã khóc và nói giá như tìm được một phòng khám có chuyên môn và cái tâm thì em đã không phải chịu đựng cơn đau kinh khủng tới vậy . Khoảnh khắc đó làm tôi tin rằng – mình đang làm một công việc ý nghĩa.

3. Điều gì giúp bạn và Công ty bạn khác biệt so với đối thủ	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Điểm khác biệt</th><th>Cách chúng tôi thực hiện</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Chỉ điều trị khi cần – không bán dịch vụ</td><td>Mọi phác đồ đều dựa trên chuyên môn, không chạy theo doanh thu.</td></tr> <tr> <td>Chuyên sâu chỉnh nha trẻ em đúng “thời điểm vàng”</td><td>Giảm nhỏ răng khi lớn – hiện rất ít phòng nha làm được.</td></tr> <tr> <td>Có hệ sinh thái riêng: Nha khoa – Lab răng sứ – Phần mềm CRM AI</td><td>Chủ động chất lượng, tiến độ và chăm sóc trọn vòng đời khách hàng.</td></tr> <tr> <td>Chăm sóc khách hàng 3 lớp – theo dõi sau điều trị</td><td>Không điều trị xong rồi thôi – mà đồng hành dài hạn.</td></tr> </tbody> </table>	Điểm khác biệt	Cách chúng tôi thực hiện	Chỉ điều trị khi cần – không bán dịch vụ	Mọi phác đồ đều dựa trên chuyên môn, không chạy theo doanh thu.	Chuyên sâu chỉnh nha trẻ em đúng “thời điểm vàng”	Giảm nhỏ răng khi lớn – hiện rất ít phòng nha làm được.	Có hệ sinh thái riêng: Nha khoa – Lab răng sứ – Phần mềm CRM AI	Chủ động chất lượng, tiến độ và chăm sóc trọn vòng đời khách hàng.	Chăm sóc khách hàng 3 lớp – theo dõi sau điều trị	Không điều trị xong rồi thôi – mà đồng hành dài hạn.		
Điểm khác biệt	Cách chúng tôi thực hiện												
Chỉ điều trị khi cần – không bán dịch vụ	Mọi phác đồ đều dựa trên chuyên môn, không chạy theo doanh thu.												
Chuyên sâu chỉnh nha trẻ em đúng “thời điểm vàng”	Giảm nhỏ răng khi lớn – hiện rất ít phòng nha làm được.												
Có hệ sinh thái riêng: Nha khoa – Lab răng sứ – Phần mềm CRM AI	Chủ động chất lượng, tiến độ và chăm sóc trọn vòng đời khách hàng.												
Chăm sóc khách hàng 3 lớp – theo dõi sau điều trị	Không điều trị xong rồi thôi – mà đồng hành dài hạn.												
4. Bạn có lời khuyên nào cho người mới khởi nghiệp trong ngành của bạn	- Đừng bắt đầu bằng tiền – hãy bắt đầu bằng chuyên môn và sự tử tế. Khi chưa đủ khách, hãy dành thời gian học – rèn kỹ thuật – xây quy trình chuẩn. Tuyệt đối không “vẽ bệnh – bán dịch vụ” để kiếm tiền nhanh. Mất uy tín một lần là mất mãi mãi. - Đầu tư sớm vào dịch vụ khách hàng và truyền thông đúng giá trị thật – đừng quảng cáo quá mức. - Và cuối cùng: <i>có thể chưa giàu ngay, nhưng hãy làm nghề sao cho ngủ ngon mỗi tối</i>												
5. Những xu hướng sắp diễn ra đối với DN bạn hay ngành nghề của bạn	- Khách hàng ngày càng chọn chất lượng & trải nghiệm thay vì giá rẻ. - Chỉnh nha dự phòng & nha khoa trẻ em trở thành nhu cầu lớn của các gia đình. - Công nghệ AI – phần mềm quản lý – theo dõi khách hàng sẽ quyết định nha khoa nào tồn tại lâu. - Các phòng nha nhỏ sẽ cần liên kết thành hệ thống – hoặc nhượng quyền thương hiệu để phát triển. - Nha khoa kết hợp bảo hiểm y tế & bảo hiểm tư nhân sẽ là lợi thế.												
6. Theo bạn, những chiến lược nào hiệu quả nhất để quảng bá DN của bạn	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Chiến lược</th><th>Vì sao hiệu quả?</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Khách hàng giới thiệu khách hàng (Referral Marketing)</td><td>Người thật – trải nghiệm thật → niềm tin cao hơn quảng cáo.</td></tr> <tr> <td>Tham gia BNI – xây quan hệ với chủ doanh nghiệp</td><td>Referral chất lượng – khách có khả năng chi trả – ít mặc cả.</td></tr> <tr> <td>Chia sẻ kiến thức, không chỉ quảng cáo</td><td>Xây uy tín chuyên gia (content marketing, fanpage, workshop phụ huynh...).</td></tr> <tr> <td>Case thực tế trước & sau điều trị</td><td>Minh bạch, không nói suông – tạo niềm tin ngay lập tức.</td></tr> <tr> <td>Trải nghiệm dịch vụ tốt & chăm sóc sau điều trị</td><td>Một khách hài lòng = 5 khách mới.</td></tr> </tbody> </table>	Chiến lược	Vì sao hiệu quả?	Khách hàng giới thiệu khách hàng (Referral Marketing)	Người thật – trải nghiệm thật → niềm tin cao hơn quảng cáo.	Tham gia BNI – xây quan hệ với chủ doanh nghiệp	Referral chất lượng – khách có khả năng chi trả – ít mặc cả.	Chia sẻ kiến thức, không chỉ quảng cáo	Xây uy tín chuyên gia (content marketing, fanpage, workshop phụ huynh...).	Case thực tế trước & sau điều trị	Minh bạch, không nói suông – tạo niềm tin ngay lập tức.	Trải nghiệm dịch vụ tốt & chăm sóc sau điều trị	Một khách hài lòng = 5 khách mới.
Chiến lược	Vì sao hiệu quả?												
Khách hàng giới thiệu khách hàng (Referral Marketing)	Người thật – trải nghiệm thật → niềm tin cao hơn quảng cáo.												
Tham gia BNI – xây quan hệ với chủ doanh nghiệp	Referral chất lượng – khách có khả năng chi trả – ít mặc cả.												
Chia sẻ kiến thức, không chỉ quảng cáo	Xây uy tín chuyên gia (content marketing, fanpage, workshop phụ huynh...).												
Case thực tế trước & sau điều trị	Minh bạch, không nói suông – tạo niềm tin ngay lập tức.												
Trải nghiệm dịch vụ tốt & chăm sóc sau điều trị	Một khách hài lòng = 5 khách mới.												
7. Bạn muốn thay đổi điều gì nếu bạn mong muốn có sự thay đổi liên quan đến	Nếu được thay đổi, tôi mong: - Ngành nha khoa minh bạch hơn – không còn tình trạng “vẽ bệnh – bán dịch vụ, làm cho khách mất niềm tin vào nha sĩ.”												

DN hay ngành nghề của bạn	- Khách hàng được giáo dục đúng kiến thức – hiểu rằng điều trị nha khoa không chỉ là làm đẹp mà là sức khỏe lâu dài. - Trong doanh nghiệp của tôi, tôi mong muốn xây dựng được một đội ngũ bác sĩ và nhân viên vừa giỏi chuyên môn vừa tận tâm, coi khách hàng như người thân chứ không phải “ca doanh thu”.	
8. Sự kiện lớn sắp xảy ra đối với bạn là	- Chuẩn bị ra mắt phần mềm quản lý nha khoa kết hợp AI và chăm sóc khách hàng tự động	
9. Điều thách thức lớn nhất hiện nay của bạn là gì	Hiện tại, thách thức lớn nhất của tôi là: - Làm sao để phát triển doanh nghiệp nhưng vẫn giữ được chất lượng và giá trị cốt lõi. - Tuyển đúng người – giữ chân được bác sĩ, điều dưỡng, nhân viên có tâm và có tầm. - Giá cạnh tranh – chi phí vận hành tăng, nhưng vẫn đảm bảo khách hàng được trải nghiệm đúng chuẩn, không chạy theo dịch vụ giá rẻ. - Và đặc biệt, làm thế nào để nhiều người hiểu đúng về nha khoa – rằng không phải cứ đẹp là được, mà là chức năng, sức khỏe và cả cảm xúc.	
10. Bạn đang tìm kiếm khách hàng mục tiêu nào, làm thế nào để tôi có thể nhận biết khách hàng tốt nhất cho bạn....	Dịch vụ Chỉnh nha trẻ em Niềng răng người lớn Răng sứ thẩm mỹ Implant – trồng răng Nha khoa tổng quát / BHYT	Khách hàng lý tưởng Phụ huynh có con 6–15 tuổi, răng mọc lệch, hô, móm hoặc thở miệng/mút tay. Người 18–35 tuổi muốn cải thiện thẩm mỹ nhưng cần đẹp – kín đáo – không nhổ răng. Người làm nghề giao tiếp, sắp cưới, người muốn thay đổi nụ cười để tự tin hơn. Người mất răng, khó nhai, cha mẹ lớn tuổi cần răng chắc để ăn uống. Người đau răng, răng khôn, sâu răng, viêm lợi, muốn khám nhẹ nhàng & chuẩn y tế.