

**АЛЕКСАНДР БЕДРИН,
ВИКТОРИЯ БЕДРИНА**

НЕ КОЛИТЕ ЛОБ ОТДЕЛЬНО!



**Новое мышление косметолога:
как навсегда уйти от разовых
дешевых инъекций к продаже
годовых планов лечения
по системе Premium Beauty Consult.**

16+

Александр Бедрин Виктория Бедрина Не колите лоб отдельно!

<https://litres.ru/74196099>

SelfPub; 2026

Аннотация

Пациент никогда не покупает процедуру. Она покупает изменение своей жизни и уверенность в собственной привлекательности. Так почему большинство косметологов продолжают продавать «миллилитры и единицы ботокса»?

Первый том серии Премиум Бьюти Консалт совершает переворот в сознании практикующего врача-косметолога. Книга детально разбирает, почему великолепные клиницисты часто остаются без стабильной записи и работают за копейки, в то время как их менее опытные, но системно мыслящие коллеги выстраивают очереди на месяцы вперед. Проблема лежит не в техниках инъекций, а в подходе к коммуникации.

Эта книга научит вас искусству «согласования стратегии» вместо навязчивых продаж. Вы узнаете, как проводить консультацию так, чтобы пациент сам просил составить ему долгосрочный план лечения. Авторы вводят революционный инструмент - персональный Бьюти-Паспорт пациента, который превращает разовую процедуру у кресла в годовой маршрут красоты и доверия.

Содержание

Об авторах	6
Александр Бедрин	7
Виктория Бедрина	8
Слово авторов	9
МАНИФЕСТ Премиум Бьюти Консалт	12
ВВЕДЕНИЕ: СИСТЕМНЫЙ КРИЗИС РЫНКА	14
ГЛОССАРИЙ СИСТЕМЫ Премиум Бьюти Консалт	17
КАК ЧИТАТЬ ЭТУ КНИГУ	22
ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА	23
ЧТО ИЗМЕНИТСЯ ПОСЛЕ ПРОЧТЕНИЯ	24
ГЛАВА 1. ФИЛОСОФИЯ КОНСУЛЬТАЦИИ:	26
ПОЧЕМУ БОЛЬШИНСТВО КОСМЕТОЛОГОВ МАЛО ЗАРАБАТЫВАЮТ	
Главная иллюзия рынка: препарат против эмоциональной трансформации	28
Почему продажа процедур «в лоб» убивает доверие и прибыль	31
Новая идентичность косметолога: Архитектор изменений против Исполнителя процедур	33
Главный принцип протокола: Эмоция → Диагностика → План → Решение	36
Правило 80/20 и золотой стандарт ведения	38

диалога	
Практический тренажер и чек-лист самопроверки	42
Дорожная карта ежедневного самоанализа врача	45
ГЛАВА 2. Первые десять минут консультации: установление контакта и снижение тревоги	47
Главная задача первых минут: лицо или человек?	48
Ловушка ремесленника: типичные ошибки старта	50
Снижение барьеров: хореография первых минут	52
Первый открытый вопрос: пять золотых ключей к диалогу	54
Правило трех секунд: магия профессиональной тишины	57
Активное слушание: что и как должен фиксировать врач	59
Трудные сценарии первых минут	61
Сценарий 1. Пациент молчит или отвечает односложно	61
Сценарий 2. Пациент сразу спрашивает цену («Сколько стоит ботокс?»)	62
Сценарий 3. Пациент пришел «только на одну процедуру»	63

Главный вопрос-триггер: «Почему именно сейчас?»	65
Выход за рамки эстетики: что скрывается за «носогубками»	67
Чек-лист первых десяти минут	68
Практическое упражнение для самоанализа врача	70
ГЛАВА 3. ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА: СНАЧАЛА ДИАГНОЗ ЧЕЛОВЕКУ, ПОТОМ ЛИЦУ	72
Ловушка физического дефекта: почему косметологи-ремесленники продают шприцы, а не результаты	73
Пять уровней мотивации пациента: куда ведет глубинная диагностика	77
Метод «Пяти "Почему"» в эстетической медицине: как раскопать истинный триггер	81
«Красные фразы» пациента: маркеры скрытой боли и страха	84
Инструменты активного слушания: техника «Отражение» и «Лестница эмоций»	87
Конец ознакомительного фрагмента.	88

Виктория Бедрина, Александр Бедрин Не колите лоб отдельно!

Об авторах

Мы рады представить вам уникальный творческий и профессиональный тандем соавторов, объединивший в себе фундаментальный опыт в управлении медицинским бизнесом и глубочайшую практическую экспертизу в клинической косметологии.

Александр Бедрин

Кандидат медицинских наук, практик-стратег, бизнес-доктор и признанный эксперт по диагностике экономики клиник. Член Гильдии Маркетологов России с более чем 28-летним общим опытом в медицине и более 11 лет специализации в медицинском консалтинге. Александр - бывший совладелец и управляющий премиальной косметологической клиники, которую он лично вывел на стабильный оборот более 1,5 миллионов долларов в год. Специализируется на поиске скрытых утечек прибыли клиник, оцифровке бизнес-показателей (LTV, Retention Rate, конверсии), тонкой настройке CRM-систем и внедрении передовых ИИ-ассистентов в операционные процессы медицинского бьюти-бизнеса.

Виктория Бедрина

Практикующий врач-косметолог с уникальным 25-летним клиническим стажем, федеральный сертифицированный тренер по сложным инъекционным методикам (контурная пластика, филлеры, ботулинотерапия). За годы своей преподавательской деятельности Виктория лично обучила и поставила руку более чем 5 000 практикующих врачей-косметологов по всей России. Она является главным клиническим директором и душой системы **Премиум Бьюти Консалт**, создателем сотен авторских терапевтических протоколов и эталоном эмпатии в общении с требовательными пациентами премиального сегмента.

Слово авторов

Дорогая коллега! Эта книга (и вся трилогия, которую вы держите в руках) не родилась в тишине академических кабинетов или из сухих теорий зарубежного маркетинга. Её идея родилась в нашем доме - на стыке глубокой любви, семейного союза длиною более 20 лет и сложнейшего профессионального кризиса.

Мы - муж и жена. Более двух десятилетий мы делим не только быт, но и общую страсть к медицине. Несколько лет назад у нас была совместная косметологическая клиника. Виктория выступала в роли директора, главного врача и ведущего косметолога клиники, отдавая пациентам всю себя. Александр занимался тем, что умел лучше всего - стратегическим продвижением, позиционированием, рекламой и продажами.

Внешне мы выглядели образцово успешными. Александр гнал огромные потоки заявок и лидов. Запись Виктории была заполнена на два месяца вперед. У дверей стояли дорогие премиальные автомобили, выручка росла. Но внутри нашей семьи зрел тихий кошмар. Виктория буквально жила у кресла, работая по 12–14 часов в сутки. Она выгорала физически и эмоционально, отдавая пациентам своё здоровье. При этом, несмотря на огромный оборот, чистая прибыль клиники упорно буксовала. Мы попали в клас-

сическую ловушку «успешной самозанятости» и «дырявого ведра» - новые лиды приходили из рекламы, покупали разовую процедуру и растворялись в пустоте, а Виктория продолжала колоть без сна и отдыха, туша локальные операционные пожары.

Именно тогда, желая уберечь жену от полного выгорания и спасти наш совместный бизнес, Александр принял ключевое решение. Он перестал искать новые рекламные фишки и сел анализировать то, как именно Виктория общается с пациентами. Он начал по крупницам оцифровывать её многолетний клинический опыт, её интонации, её потрясающие, интуитивно точные психологические приёмы. На основе этого анализа Александр создал первые детальные письменные скрипты консультаций и переписок в месенджерах, хирургически заточенные конкретно под её клиническую специфику и характер премиальной аудитории.

Результаты превзошли все наши ожидания. Когда Виктория начала системно применять эти протоколы, хаос отступил. Пациенты перестали покупать «миллилитры препарата» или «отдельные инъекции ботокса». Они начали с восторгом соглашаться на годовые комплексные стратегии омоложения - **Бьюти-Паспорта**, полностью доверяя врачу своё лицо на годы вперед. Нагрузка на Викторию снизилась вдвое, а средний чек и LTV (пожизненная ценность) пациентов выросли в несколько раз. Оборот клиники взлетел выше 1,5 млн долларов в год, а мы наконец-то вернули себе лич-

ную свободу и семейное спокойствие.

Тогда мы подумали: если эта система спасла нашу практику, она обязана помочь тысячам других талантливых врачей-косметологов, которые прямо сейчас совершают те же ошибки и сгорают на работе. Мы решили унифицировать наши наработки, объединить клиническую душу Виктории с системным маркетинговым мозгом Александра и переложить этот опыт на бумагу. Так родилась трилогия Премиум Бьюти Консалт.

В этих книгах нет ни одного выдуманного диалога или абстрактного теоретического совета. Каждая фраза, каждый речевой модуль и регламент проверены у кресла пациента реальной бьюти-практики. Это готовая операционная система вашего финансового и профессионального взлета.

С искренним уважением и верой в ваш успех,

Александр и Виктория Бедрины

МАНИФЕСТ Премиум Бьюти Консалт

Современная эстетическая медицина тяжело больна. Имя этой болезни - ремесленничество и демпинг.

Зайдите в социальные сети любого косметолога. Что вы увидите? Бесконечные фотографии губ крупным планом, фотографии шприцев, вонзающихся в кожу, и кричащие заголовки: «Акция! Только в этом месяце ботокс за полцены!». Мы сами низвели великую медицинскую специальность до уровня прилавка на базаре. Мы сами научили пациента сравнивать нас по цене за один миллилитр препарата, а не по глубине наших знаний и результатов.

Когда клиника или частный мастер вступает в ценовую войну, они подписывают себе смертный приговор. В этой войне нет победителей. Всегда найдется тот, кто сделает еще дешевле, купив серый препарат в полулегальном интернет-магазине. Демпинг убивает безопасность, убивает сервис и разрушает авторитет врача.

Система **Премиум Бьюти Консалт** - это манифест возвращения к истокам. Это отказ от роли «исполнителя процедур» в пользу роли «личного врача по качеству старения». Мы провозглашаем следующие принципы новой эпохи:

Сначала человек, потом его лицо. Мы отказываем-

ся от оценки морщин с порога. Наша задача - сначала понять историю человека, его жизненные триггеры, его скрытые страхи и истинную мотивацию.

Мы не продаем процедуры - мы согласуем персональную стратегию. Процедура - это лишь тактический инструмент. Пациент премиум-класса платит за долгосрочный годовой маршрут, в котором каждый шаг логичен, безопасен и предсказуем.

Отказ от давления и манипуляций. Мы заменяем «закрытие продажи» на концепцию «медицинского сопровождения принятия решения». Врач не навязывает - он бережно ведет пациента к осознанному и комфортному выбору.

Доверие как главный финансовый актив. Доверие не покупается рекламой или дорогим диваном в холле. Оно накапливается через искреннюю заботу, безупречные протоколы общения и предсказуемость результата на каждом этапе.

Автономия и системность. Премиальный врач не работает круглосуточно. Он опирается на стандарты, использует современные инструменты автоматизации и искусственный интеллект для контроля качества, освобождая время для жизни и непрерывного развития.

Если вы готовы отказаться от конвейера разовых инъекций ради создания глубоких, многолетних отношений с пациентами, которые будут приходить к вам десятилетиями и приводить свои семьи - эта книга написана для вас. Добро пожаловать в мир Премиум Бьюти Консалт.

ВВЕДЕНИЕ: СИСТЕМНЫЙ КРИЗИС РЫНКА

Давайте посмотрим правде в глаза: большинство владельцев косметологических клиник и частных кабинетов живут в иллюзии, что их главная проблема - это недостаток новых пациентов. Они тратят колоссальные бюджеты на Яндекс.Директ, нанимают очередных SMM-специалистов, запускают хаотичную рекламу в Telegram и с надеждой ждут, что поток лидов решит их финансовые проблемы.

Но на практике происходит нечто парадоксальное. Обращения идут, телефон администратора разрывается, реклама вроде бы работает, выручка клиники на бумаге выглядит солидно - но чистая прибыль оказывается ничтожно малой. Календарь забит, собственник клиники проводит на работе по двенадцать часов в день, постоянно туша пожары, решая конфликты с персоналом и разгребая кассовые разрывы, но финансовой свободы как не было, так и нет.

Почему так происходит? Почему при стабильном потоке пациентов деньги буквально просачиваются сквозь пальцы?

Ответ прост, но для многих неприятен: основные финансовые потери клиники происходят не снаружи, а внутри бизнес-процессов. Мы теряем деньги каждую минуту после того, как потенциальный пациент впервые соприкоснулся с на-

шим брендом.

1. В работе администраторов: сообщения в мессенджерах могут ожидать ответа по 12–18 часов. Администратор отвечает сухо, шаблонно, называя просто цену процедуры и отпуская клиента со словами «Я подумаю».

2. На этапе переписки: пациент пишет ночью, когда он эмоционально готов записаться, но получает ответ только в середине следующего дня, когда его запал уже угас.

3. Во время консультации: врач, стремясь показать свою экспертность, перегружает пациента сложными медицинскими терминами («неоколлагенез», «неоваскуляризация», «птоз»), пугает старением и сразу вываливает прайс-лист со всеми ценами подряд. Мозг пациента испытывает стресс и выбирает самый безопасный вариант - уйти.

4. В повторных продажах: после проведения процедуры врач прощается с пациентом и благополучно забывает о нем на полгода, надеясь на «сарафанное радио». Связь теряется, и пациент уходит к конкурентам просто потому, что о нем вовремя не позаботились.

Как практик-стратег, я построил структуру этой книги так, чтобы показать вам реальную экономику доверия. Мы не будем заниматься абстрактной теорией. В этом первом томе мы шаг за шагом перестроим вашу медицинскую практику, внедрим систему контроля качества, разберем до мельчайших деталей невербальное поведение и научимся говорить с пациентами на языке их ценностей, а не на языке

шприцев.

ГЛОССАРИЙ СИСТЕМЫ Премиум Бьюти Консалт

Для глубокого освоения методологии и исключения разночтений в процессе изучения книги, в самом начале первого тома приводится официальный понятийный аппарат системы Премиум Бьюти Консалт. Эти термины - не просто слова, это кирпичи, из которых складывается новая идентичность премиального врача.

Премиум Бьюти Консалт (Стандарт Премиум Бьюти Консалт)

Целостная методология и международный стандарт работы врача-косметолога XXI века. Переводит специалиста из роли пассивного ремесленника-исполнителя в статус личного доктора по качеству старения и главного архитектора возрастных изменений, управляющего капиталом доверия и жизненным циклом отношений с пациентом.

Эмоциональная диагностика

Обязательный этап консультации, проводимый строго до медицинского осмотра лица. Отвечает не на клинический вопрос «что произошло с лицом?», а на глубокий экзистенциальный вопрос «что произошло в жизни человека, из-за чего он оказался здесь сегодня?». Нацелена на выявление истинных мотивов, скрытых психологических триггеров и

страхов пациента.

Эстетический диагноз

Понятный пациенту перевод сложного медицинского языка клинических изменений (таких как птоз, деформация, дефицит объемов) на язык осязаемых эмоциональных причинно-следственных связей («ткани лица изменили положение, из-за чего лицо выглядит уставшим»).

Согласование стратегии

Процесс совместного с пациентом проектирования и выбора оптимального годового маршрута омоложения. Полностью исключает психологическое давление, манипуляции и навязывание услуг.

Медицинское сопровождение принятия решения

Бережная и авторитетная позиция врача-союзника. Её цель - не принудить пациента к покупке, а помочь ему все-сторонне оценить свою ситуацию, разобраться в предложенных вариантах лечения и сделать осознанный, эмоционально комфортный выбор в своем темпе.

Бьюти-Паспорт (Персональная стратегия омоложения)

Красивый физический презентационный документ, вручаемый пациенту. Содержит долгосрочные эстетические цели, выявленные причины изменений, 3 ключевые задачи, пошаговые этапы годового маршрута с описанием ожидаемых результатов, календарь контрольных встреч и схему домашнего ухода. Служит материальным якорем доверия и прода-

ет лечение дома без участия врача.

Хореография консультации

Детально спроектированная режиссура невербального поведения и физического движения врача в кабинете. Включает в себя этикет встречи пациента, бесконфликтное расположение мебели, правила пауз, прикосновений и ритуалы передачи Бьюти-Паспорта, создающие у пациента тотальное ощущение безопасности.

Навигатор пациента

Премиальный стандарт роли администратора клиники. Его задача - не консультировать по препаратам, а бесшовно, бережно и оперативно вести человека за руку по всем 15 этапам пути клиента (Customer Journey Map) - от первого сообщения до многолетней лояльности.

Капитал доверия

Ключевой нематериальный и самый дорогой актив медицинской практики. Создается через эмпатию, честность, искренний интерес к человеку и авторитетные отказы от ненужных процедур. Со временем накапливается по закону сложного процента и полностью заменяет платную рекламу за счет сарафанного радио.

LTV (Lifetime Value) пациента

Пожизненная ценность отношений с клиентом. Главный KPI премиальной практики, измеряющий совокупный финансовый и репутационный доход, который один лояльный пациент приносит в клинику за 10-20 лет сотрудничества за

счет регулярных визитов, покупки комплексных программ и рекомендации врача всей своей семье и окружению.

Правило 80/20

Золотой стандарт ведения диагностического интервью, при котором пациент говорит 70-80% времени (выговаривая свои истинные потребности), а врач говорит лишь 20–30% времени, полностью удерживая невидимое управление беседой с помощью точечных открытых вопросов.

Правило трех секунд (в контексте диалога)

Осознанное удержание врачом паузы после того, как пациент закончил отвечать на вопрос. Именно в эти секунды тишины у пациента снижается защита и рождаются самые искренние признания («вообще-то, если честно...»), вскрывающие истинную экзистенциальную боль.

Правило тишины (в контексте презентации)

Профессиональное выдерживание абсолютной паузы (не менее 5 секунд) сразу после озвучивания стоимости этапа лечения. Запрещает врачу суетливо заполнять эфир оправданиями цены или предложением скидок, давая пациенту время спокойно обдумать и принять решение.

Правило трех плюсов

Диагностический протокол работы у зеркала, согласно которому перед указанием на зоны возрастных изменений врач обязан отметить три сильные стороны (достоинства) лица пациента. Это защищает эго человека, снимает стыд и предотвращает возникновение «диагностического шока».

Контрастная лингвистика

Методология полного очищения профессиональной речи врача от тактического, суетливого лексикона «ремесленника» («процедура», «продажа», «дожим», «лечение дефектов», «проблема лица») и его замены на поддерживающий, авторитетный язык Архитектора омоложения («этап», «совместное решение», «изменения положения тканей», «стратегия», «задача»).

Профессиональные протоколы взаимодействия с ИИ

Специально разработанная библиотека глубоких контекстных запросов (промпов), превращающая искусственный интеллект из простого текстового генератора в ваш личный аналитический штаб, тренера по коммуникациям, ассистента по созданию Бьюти-Паспортов и аудитора переписок.

Бьюти Consult Score 100 (BCS-100)

Жесткая шкала и чек-лист профессионального аудита качества премиальной консультации, состоящая из 100 критериев (10 тематических блоков по 10 вопросов в каждом), позволяющая оценить прием по 200-балльной системе и выявить точные зоны роста врача.

КАК ЧИТАТЬ ЭТУ КНИГУ

Эту книгу категорически запрещено читать как художественный роман - за один вечер по диагонали. Каждая глава - это концентрированный концентрат практического опыта, подкрепленный реальными диалогами и чек-листами. Чтобы получить максимальную пользу, следуйте простому алгоритму:

- Одна глава - одно внедрение. Не переходите к следующей главе, пока не прожили и не опробовали инструменты предыдущей в своем кабинете.

- Анализируйте себя без пощады. В книге приведен подробный Атлас реальных консультаций с разборами ошибок. Сравнивайте диалоги со своей практикой. Записывайте свои приемы на диктофон и препарируйте их по чек-листу Быюти Consult Score 100.

- Делайте заметки на полях. Выписывайте фразы, которые откликаются лично вам. Переводите их в свои скрипты и памятки.

ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА

Этот труд создан исключительно для тех, кто готов менять правила игры:

Для врачей-косметологов и эстетистов, которые устали работать как ремесленники, хотят повысить свой средний чек, продавать комплексные годовые программы и перейти в премиальный сегмент.

Для владельцев и руководителей клиник, которые хотят стандартизировать работу врачей, выстроить прозрачный путь пациента, внедрить ИИ-контроль качества и превратить клинику в автономный бизнес.

Для амбициозных новичков, которые хотят с первых дней карьеры выстраивать практику правильно, избегая дорогостоящих ошибок, на которые другие тратят годы.

Для кого эта книга НЕ предназначена: Если вы ищете «волшебную таблетку» моментального обогащения, планируете продолжать демпинговать, работать по серым схемам и колоть сомнительные препараты ради быстрой наживы - закройте эту книгу прямо сейчас. Мы с вами говорим на разных языках.

ЧТО ИЗМЕНИТСЯ ПОСЛЕ ПРОЧТЕНИЯ

Пройдя этот путь вместе с нами до конца, вы выйдете совершенно другим специалистом:

Вы перестанете продавать процедуры. Вы научитесь согласовывать персональные стратегии омоложения, оформляя их в красивый физический инструмент - Бьюти-Паспорт пациента.

Ваш средний чек вырастет в несколько раз не за счет навязывания услуг, а за счет того, что пациенты сами увидят ценность каждого шага и осознанно выберут комплексный план.

Вы обретете полную автономию. Внедрение готовых протоколов взаимодействия с ИИ позволит вам делегировать рутину, анализировать свои переписки и консультации на автопилоте и тратить рабочее время исключительно на медицину и созидание.

Вы вернете себе контроль над практикой и снова почувствуете себя настоящим собственником своего дела, а не его заложником.

Мы завершили подготовку фундамента. Строительные леса установлены, чертежи проверены. Пора сделать первый, самый важный шаг. В следующей главе мы разберем главный

парадокс эстетической медицины: почему большинство талантливых косметологов зарабатывают копейки, и как прямо сейчас изменить свое профессиональное мышление, чтобы навсегда выйти из ценового ада.

ГЛАВА 1. ФИЛОСОФИЯ КОНСУЛЬТАЦИИ: ПОЧЕМУ БОЛЬШИНСТВО КОСМЕТОЛОГОВ МАЛО ЗАРАБАТЫВАЮТ

В индустрии эстетической медицины существует парадокс, который на первый взгляд кажется необъяснимым. С одной стороны, мы видим врачей-косметологов высочайшего уровня: у них за плечами медицинские университеты, годы ординатуры, десятки дипломов и сертификатов о прохождении курсов повышения квалификации. Они в совершенстве владеют сложнейшими инъекционными техниками, знают анатомию лица до мельчайших сосудов и регулярно посещают международные конгрессы. С другой стороны, их кабинеты половину времени пустуют, средний чек едва покрывает себестоимость препаратов, а расписание на следующую неделю напоминает решето. Они вынуждены постоянно участвовать в ценовых войнах, делать скидки и чувствовать себя уставшими ремесленниками, зажатыми в тиски жесткой конкуренции. Почему так происходит?

Ответ прост: большинство специалистов путают инструмент своей работы с продуктом, за который пациент го-

тов платить деньги. Они продают процедуры, миллилитры и шприцы, в то время как премиальный рынок требует совершенно другого - продажи новой версии себя, психологического комфорта и долгосрочной стратегии заботы о качестве жизни. В этой главе мы разберем фундаментальные законы премиальной коммуникации, которые навсегда изменят ваше представление о том, что на самом деле происходит в вашем кабинете во время первичной консультации.

Главная иллюзия рынка: препарат против эмоциональной трансформации

Практически каждый косметолог, испытывающий трудности с заполнением записи и низким чеком, живет в глубоком убеждении: «Пациенты приходят ко мне за процедурами». Это самая распространенная, самая разрушительная ошибка в эстетическом бизнесе. Давайте признаем честно: пациент никогда не просыпается утром с мыслью: «Сегодня идеальный день, чтобы купить 50 единиц ботулотоксина или ввести в лицо гиалуронку». Человек просыпается совсем с другими мыслями. Он подходит к зеркалу, смотрит на свое отражение при утреннем свете и чувствует внутреннюю боль. Эта боль формулируется на человеческом, а не на медицинском языке:

- *«Я перестала нравиться себе».*
- *«Лицо стало выглядеть уставшим, даже если я высыпалась».*
- *«Кажется, я стала выглядеть значительно старше своих лет».*
- *«На фотографиях я выгляжу намного хуже, чем чувствую себя внутри».*

Именно избавление от этой боли и покупает пациент. Пре-

парат, шприц, канюля, миллилитры филлера или лазерный луч - это всего лишь технический инструмент, коробка на складе. Продукт, за который человек платит сотни тысяч рублей, лежит в эмоциональной плоскости. Пациент покупает: уверенность в своей привлекательности, ощущение молодости, удовольствие от утреннего взгляда в зеркало, восхищение в глазах окружающих, спокойствие за свое будущее и желание снова фотографироваться без фильтров. Если вы продаете шприц - вы конкурируете со всем рынком по цене шприца. Если вы продаете эмоциональную трансформацию - ваша ценность становится уникальной.

МЫСЛИ ПАЦИЕНТА: *«Я иду к косметологу не потому, что мне нравится терпеть уколы. Я иду туда, потому что боюсь потерять свою привлекательность, боюсь стать невидимкой для мужа и коллег по работе. Мне страшно стареть. Но когда мне с порога начинают перечислять названия препаратов и колоть лицо без лишних разговоров, я чувствую себя просто кошельком, из которого выкачивают деньги. Мне нужно, чтобы во мне увидели человека, а не зону для инъекций».*

Чтобы понять масштаб этой иллюзии, давайте заглянем в психологию пяти разных пациентов, которые могут прийти к вам на прием с абсолютно одинаковой клинической картиной - например, с первыми признаками гравитационногоптоза и усталым выражением лица.

Пациент №1. Женщина, которая недавно получила но-

вую высокую руководящую должность. Вокруг нее молодой, амбициозный коллектив. Ее мотив - сохранить авторитет, выглядеть энергично, уверенно и современно, чтобы соответствовать своему статусу лидера.

Пациент №2. Женщина, которая переживает кризис в браке. Она чувствует, что муж перестал делать комплименты и смотреть на нее с прежним восхищением. Ее мотив - вернуть страсть в отношения, почувствовать себя снова желанной и защитить свою семью.

Пациент №3. Женщина, которая только что вернулась из отпуска, где увидела на пляже молодых, подтянутых девушек и внезапно осознала быстротечность времени. Ее истинный мотив - справиться со страхом старения и вернуть контроль над собственным телом.

Клиническая картина на лице у всех трех женщин может быть абсолютно идентичной. Но мотивы покупки у них кардинально различаются! Если вы предложите им один и тот же стандартный «комплекс процедур» без привязки к их личной истории, вы совершите профессиональное самоубийство. Вы не попадете в их истинную потребность, а значит, любая названная цена покажется им завышенной, и они уйдут «думать» туда, где дешевле. Премиальный врач сначала ставит эмоциональный диагноз человеку, и только потом подбирает под него медицинское решение.

Почему продажа процедур «в лоб» убивает доверие и прибыль

Давайте разберем классический сценарий консультации, который ежедневно повторяется в тысячах кабинетов по всей стране. Пациент садится в кресло и озвучивает свой запрос: *«Мне не нравится мое лицо, я хочу выглядеть моложе»*. Врач-косметолог, искренне желая помочь, мгновенно включает свое клиническое мышление, осматривает лицо и выдает решение: *«Хорошо, вам нужен ботокс во лбу и филлер в среднюю треть лица»*.

Почему это пример катастрофически плохой консультации? Потому что пациент спрашивал совсем не про ботокс и не про филлер. Пациент говорил о своих глубоких внутренних чувствах – о желании вернуть уверенность и снова почувствовать себя молодой. Врач же проигнорировал эмоциональный уровень, сразу перепрыгнув на уровень технических инструментов. В этот момент в неокортексе (рациональной части мозга) пациента мгновенно загорается красная лампочка: *«Мне пытаются продать услугу. На меня давят. Хотят заработать»*. Включается психологическая защита, и разговор о здоровье и красоте превращается в банальный торг за стоимость шприца.

КРИТИЧЕСКАЯ ОШИБКА ВРАЧА: *Перевод эмоционального разговора на язык препаратов. Когда пациент де-*

лится своей уязвимостью («я перестала нравиться себе»), а врач отвечает техническим языком («нам нужно уплотнить кожный лоскут полимолочной кислотой»), эмоциональная связь мгновенно рвется. Пациент чувствует себя непонятым и замыкается в себе.

Когда вы предлагаете препарат вместо решения жизненной задачи, вы сами обесцениваете свою медицинскую квалификацию. Пациент начинает сравнивать вашу цену со стоимостью аналогичного шприца в клинике эконом-класса за углом. Вы автоматически попадаете в ловушку демпинга. Премиальная консультация строится на совершенно ином принципе: мы обсуждаем будущее состояние пациента, его комфорт и безопасность, а препараты появляются в разговоре только как логичное и практически незаметное средство достижения согласованной цели.

Новая идентичность косметолога: Архитектор изменений против Исполнителя процедур

Чтобы выйти из замкнутого круга низких чеков и вечной суеты, врачу необходимо совершить самый важный переход в своей карьере - изменить собственную профессиональную идентичность. В эстетической медицине существуют две диаметрально противоположные модели работы врача, которые определяют его статус, авторитет и, как следствие, уровень его доходов.

Модель №1. Исполнитель процедур (ведомый). Такой специалист работает по запросу. Пациент приходит и говорит: *«Хочу убрать межбровье»* или *«Хочу сделать губы»*. Исполнитель покорно кивает головой, берет шприц и колет то, что попросили. Она работает руками, а не головой. Она является прекрасным техническим исполнителем, но она полностью лишен авторитета. Ответственность за результат в такой модели парадоксальным образом перекладывается на пациента - ведь она сама выбрала процедуру. Именно такие специалисты зарабатывают мало, потому что их легко заменить любым другим мастером с более низким прайсом.

Модель №2. Личный врач по качеству старения /

Архитектор изменений. Это позиция лидера, эксперта премиального уровня. Такой врач никогда не идет на поводу у сиюминутных, часто ошибочных желаний пациента. Она видит лицо и человека целиком. Она понимает, что старение - это системный процесс, который затрагивает все слои тканей: от кожи и подкожно-жировой клетчатки до связочного аппарата и костных структур. Она не продает разовые инъекции. Она проектирует годовую персональную стратегию омоложения (Бьюти-Паспорт). Она принимает на себя полную ответственность за долгосрочный результат и бережно ведет пациента по этапам лечения, оберегая его от ошибок.

Давайте разберем, как эти две модели проявляют себя в стандартной ситуации. Пациент приходит на прием с конкретным запросом: *«Я хочу убрать межбровную морщину»*.

Реакция Исполнителя: *«Хорошо, без проблем. Сейчас разведем ботулотоксин, сделаем несколько уколов, и морщина разгладится. Стоимость процедуры - X рублей. Ложитесь на кушетку»*. В результате пациент получил разовую услугу. Через четыре месяца он, возможно, вернется, а возможно, уйдет к другому косметологу, который предложит акцию.

Реакция Архитектора изменений: *«Мария, мы обязательно скорректируем межбровную зону. Но в самом начале нашей встречи вы упомянули, что ваша главная цель - вернуть лицу свежесть, убрать ощущение усталости и снова с удовольствием смотреть на себя в зеркало. Если мы сегодня*

ограничимся только межбровьем, мы решим лишь крошечную часть вашей задачи. Лицо в целом останется уставшим, потому что причина этого ощущения лежит глубже - в потере объемов средней трети лица и снижении тонуса кожи. Я считаю своей профессиональной обязанностью показать вам полную картину и весь путь к тому результату, о котором вы мечтаете. Мы составим персональную стратегию на ближайший год, разделим ее на комфортные этапы, и только потом вы сами решите, насколько глубоко захотите двигаться. Согласны посмотреть на общую картину?»

Разница кажется незначительной, но именно в этом моменте рождается высокий средний чек и формируется пожизненная ценность пациента (LTV). В первом случае врач заработал 12 000 рублей и остался ремесленником. Во втором случае врач завоевал безграничное доверие, согласовал годовую стратегию с чеком в 150 000 рублей и приобрел лояльного пациента на ближайшие десять лет.

Главный принцип протокола: Эмоция → Диагностика → План → Решение

Фундаментом всей системы Премиум Бьюти Консалт является золотая формула, определяющая строгую последовательность действий врача во время приема: Эмоция → Диагностика → План → Решение. Попытка поменять эти этапы местами или пропустить хотя бы один из них неизбежно ведет к краху консультации и потере пациента.

Почему формула выглядит именно так? Современные исследования в области нейробиологии и психологии принятия решений доказывают: человек принимает абсолютно все важные жизненные решения эмоционально (под влиянием лимбической системы мозга), и только потом оправдывает их перед самим собой с помощью логики (используя неокортекс). Если вы начинаете консультацию с «логики» - рассказываете про миллилитры, механизмы действия препаратов и цены, - вы разговариваете с закрытыми дверями. Сначала нужно открыть эмоциональный замок.

Давайте подробно рассмотрим каждый шаг этой формулы:

1. Эмоция. Это первые 10–15 минут приема. Мы вообще не смотрим на лицо пациента. Мы разговариваем о человеке, его жизни, страхах, ожиданиях и триггерах, которые привели его именно сегодня. Мы устанавливаем эмоциональный

контакт и ставим эмоциональный диагноз. Пациент должен почувствовать себя в абсолютной безопасности и осознать, что его слушают и понимают как личность.

2. Диагностика. Только после того, как эмоциональный контакт установлен, мы переходим к зеркалу. Но мы проводим совместную медицинскую диагностику. Мы не навязываем проблемы («у вас плывет овал»), а ведем диалог так, чтобы пациент сам первым увидел причины изменений и согласился с необходимостью их коррекции.

3. План (Стратегия). Мы создаем понятную дорожную карту - персональный годовой маршрут к результату. Мы переводим сложный медицинский язык на язык выгод и человеческих эмоций. Мы делим путь на логичные этапы, каждый из которых решает конкретную жизненную задачу пациента.

4. Решение. Это финал консультации - мягкое сопровождение принятия решения. Здесь нет места агрессивным продажам, манипуляциям или дожимам. Врач выступает в роли бережного союзника и партнера, который помогает пациенту выбрать комфортный темп движения по составленному плану.

Правило 80/20 и золотой стандарт ведения диалога

Как практически реализовать эту формулу в кабинете? Для этого необходимо внедрить жесткий коммуникативный стандарт: во время консультации пациент должен говорить около 70–80% времени, а врач-косметолог - не более 20–30%. Но быть при этом не пассивным слушателем, а активным режиссером диалога. Вы управляете беседой не с помощью лекций, а с помощью профессионально сформулированных вопросов.

Золотое правило вопросов гласит: каждый ответ пациента должен рождать ваш следующий глубокий вопрос. Вы должны как бы спускаться по лестнице смыслов, докапываясь до истинной причины обращения. Давайте сравним два подхода к ведению диалога на одном и том же живом примере.

Диалог обычного косметолога («Исполнитель»)

Диалог по золотому правилу вопросов («Архитектор»)

Пациент:

- Я хочу как-то омолодиться, лицо выглядит уставшим.

Косметолог:

- Хорошо, у нас как раз сейчас акция на биоревитализацию, отлично освежает лицо. Сделаем кукольный эффект.

Пациент:

- Ну... я не знаю. Давайте я подумаю.

Пациент:

- Я хочу как-то омолодиться, лицо выглядит уставшим.

Врач:

- Мария, расскажите, пожалуйста, а что именно вы вкладываете в слово «омолодиться»? Какой результат вы хотите увидеть в зеркале?

Пациент:

- Мне хочется выглядеть свежее, как будто я хорошо отдохнула.

Врач:

- А что сейчас в первую очередь делает лицо несвежим, на ваш взгляд?

Пациент:

- Знаете, лицо как будто поплыло вниз, тяжелое стало. Утром встаю и прямо расстраиваюсь.

Врач:

- Скажите, а когда вы впервые начали замечать эти изменения?

Пациент:

- Месяца три назад, когда вышла на новую работу. Там колоссальные стрессы, времени на себя вообще нет.

Врач:

- То есть для вас важно не просто сделать процедуру, а вернуть лицу ту энергию и легкость, которая была до этого стресса, чтобы вы снова чувствовали себя уверенно на работе? Правильно я вас понимаю?

Пациент:

- Да, абсолютно! Вы меня понимаете с полуслова.

Посмотрите на этот контраст. Обычный косметолог сразу же предложил акционный препарат, пропустив личность пациента, и мгновенно получил сопротивление и отказ. Врач по системе Премиум Бьюти Консалт спустился по лестнице вопросов на глубину пяти уровней, выявил истинный триггер обращения (стресс на новой работе), сформулировал истинную потребность пациента и полностью заслужил его доверие еще до того, как взял в руки зеркало. Это и есть настоящее искусство премиального диалога.

Практический тренажер и чек-лист самопроверки

Чтобы облегчить внедрение этих принципов в вашу ежедневную практику, мы разработали речевую таблицу контрастной лингвистики. Внимательно изучите ее и постарайтесь полностью исключить из своего профессионального словаря фразы из левой колонки, заменив их на сильные формулировки из правой.

КАК ГОВОРИТЬ КАТЕГОРИЧЕСКИ НЕЛЬЗЯ КАК ГОВОРИТЬ ПО СИСТЕМЕ Премиум Бьюти Консалт

«Что будем делать сегодня? На какую процедуру вы записаны?»

(Фраза ремесленника, которая сразу перекладывает ответственность на пациента).

«Мария, здравствуйте. Очень рада нашей встрече. Расскажите, пожалуйста, с какой главной мыслью вы сегодня ко мне записывались?»

(Фраза лидера, открывающая эмоциональный диалог).

«У вас очень выраженный птоз средней трети лица, ткани сильно обвисли, нужно срочно ставить нити или филлеры».

(Запугивание и жесткая критика лица, вызывающая стыд и отторжение).

«Мария, посмотрите вместе со мной в зеркало. У вас прекрасные пропорции лица и очень красивые глаза. Но в некоторых зонах ткани естественным образом немного изменили свое положение, из-за чего появилось легкое ощущение усталости. Мы можем очень красиво и деликатно это скорректировать».

«Эта процедура стоит 40 000 рублей, это премиальный швейцарский препарат, у нас очень качественные материалы».

(Оправдание стоимости через технические свойства препарата, а не ценность).

«Мария, чтобы решить вашу главную задачу - сделать кожу более плотной, сияющей и вернуть лицу отдохнувший вид, я рекомендую начать с работы над качеством тканей. Инвестиции в этот первый этап составят 40 000 рублей. Мы сделаем лицо свежим, и только потом решим, когда переходить к следующему шагу».

«Ну что, записываемся на следующую процедуру? Будем

делать комплекс?»

(Прямое давление, вынуждающее принять решение по принципу «Да или Нет»).

«Мария, мы составили вашу персональную стратегию. Как вам самой комфортнее двигаться по этому маршруту? Мы можем двигаться постепенно, шаг за шагом, или вы хотите получить максимально быстрый результат?»

Дорожная карта ежедневного самоанализа врача

Для формирования устойчивого навыка премиального консультирования каждый вечер после завершения рабочего дня задавайте себе три простых рефлексивных вопроса:

1. Какую истинную эмоцию и жизненный контекст испытывал мой сегодняшний пациент? Смогла ли я поставить эмоциональный диагноз до начала осмотра лица, или я сразу перешла к медицинским терминам?

2. Кто говорил большую часть времени? Соблюдала ли я золотое правило 80/20, направляя разговор точечными вопросами, или превратила консультацию в лекцию о препаратах?

3. С каким ощущением пациент вышел из моего кабинета? Почувствовала ли она, что для нее разработали индивидуальную долгосрочную стратегию омоложения, или у нее осталось неприятное послевкусие от того, что ей пытались продать разовые процедуры?

Если вы будете честно отвечать на эти вопросы после каждого приема, уже через месяц качество ваших консультаций выйдет на абсолютно новый уровень. Вы перестанете быть заложницей хаотичных продаж и демпинга, вернете себе статус авторитетного врача-эксперта и увидите, как ваши пациенты с благодарностью соглашаются на долгосрочные ком-

плексные программы лечения. В следующей главе мы подробно разберем, как правильно организовать первые 10 минут встречи, чтобы снизить тревожность пациента и мгновенно установить доверительный контакт.

ГЛАВА 2. Первые десять минут консультации: установление контакта и снижение тревоги

Большинство косметологов искренне верят, что консультация начинается в тот момент, когда пациент ложится на кушетку или садится перед зеркалом. Они считают своей главной задачей как можно скорее приступить к визуальному анализу лица, выявлению морщин, складок, гравитационного птоза и определению клинических показаний. Однако это фундаментальное заблуждение, которое ежедневно обходится индустрии в миллионы потерянной выручки. На самом деле лицо пациента - это последний объект, о котором стоит говорить в начале встречи. Первые десять минут консультации вообще не имеют отношения к косметологии. Они целиком и полностью посвящены человеку.

Главная задача первых минут: лицо или человек?

Когда пациент впервые переступает порог кабинета врача-косметолога, ее психика находится в состоянии повышенного напряжения. Эстетическая медицина глубоко интимна: человек приходит обсуждать свои несовершенства, уязвимость, старение и страхи. Подсознательно любой пациент, особенно в премиальном сегменте, испытывает целый комплекс тревог. Она боится, что ее будут оценивать, осудят за неухоженность или прошлые неудачные попытки, начнут агрессивно навязывать лишние и дорогие процедуры или сделают его лицо неестественным, «переколотым».

МЫСЛИ ПАЦИЕНТА: *“Я так долго решалась на этот визит. Мне очень не нравится, как я стала выглядеть на фотографиях, лицо кажется постоянно уставшим. Но мне страшно. Вдруг доктор посмотрит на меня и скажет: 'О боже, как всё запущено!'? Или начнет перечислять процедуры на миллион рублей, а у меня нет таких денег, и мне придется оправдываться и чувствовать себя неловко. А еще я боюсь, что из меня сделают резиновую куклу с огромными губами, как у большинства девушек в соцсетях. Мне просто хочется вернуть свое прежнее лицо, но безопасно.”*

Если в первые десять минут вы не поможете пациенту справиться с этой фоновой тревогой, его неокортекс за-

блокирует любое восприятие ваших профессиональных рекомендаций. Человек уйдет в глухую защиту. Любое ваше предложение, даже медицински безупречное, он будет воспринимать через призму недоверия: 'Мне пытаются продать препарат'.

К концу первых десяти минут - еще до того, как вы прикоснетесь к лицу пациента или возьмете в руки зеркало, - вы обязаны четко и глубоко знать ответы на следующие пять ключевых вопросов:

- **Почему этот человек пришел именно сегодня, а не месяц или год назад? (Что стало триггером?)**
- **Что произошло в ее жизни, из-за чего она осознала потребность в изменениях?**
- **Чего она боится больше всего на свете в контексте визита к косметологу?**
- **Какой результат в глубине души она считает для себя идеальным?**
- **Каковы ее прошлые эмоциональные и клинические опыты взаимодействия с бьюти-индустрией?**

Если вы начнете диагностику лица, не владея этой информацией, вы будете лечить морщины, а не человека. А ремесленник, лечащий морщины, всегда проигрывает лично-му врачу, который ведет пациента по индивидуальной годовой стратегии.

Ловушка ремесленника: типичные ошибки старта

Вспомните, как начинается стандартная консультация в 90% кабинетов. Пациент садится на стул, врач берет ручку и задает один из двух фатальных вопросов:

- Ну, рассказывайте, что делать будем?

или:

- Что вас беспокоит на вашем лице?

КРИТИЧЕСКАЯ ОШИБКА ВРАЧА: *Вопрос 'Что делать будем?' - это маркер ремесленника, мастера по оказанию бытовых услуг, но никак не авторитетного врача-эксперта. Задавая его, вы мгновенно перекладываете ответственность за постановку диагноза и выбор лечения на самого пациента. Вы как бы говорите: 'Я просто исполнитель со шприцем. Укажите мне пальцем, куда колоть, и я уколю'. Это полностью разрушает экспертную позицию и лишает вас права предлагать комплексные стратегические программы.*

Второй вопрос ('Что беспокоит?') провоцирует так называемое 'локальное мышление'. Пациент послушно тыкает пальцем в конкретную зону:

- Вот межбровье заложилось. Хочу его убрать.

Врач-ремесленник тут же радостно соглашается:

- Отлично, сейчас сделаем ботулотоксин. Ложитесь на

кушетку.

В этот самый момент врач заблокировал себе возможность сделать средний чек в 5-10 раз выше и выстроить отношения с пациентом на годы. Почему? Потому что пациент пришел не ради ботокса. Межбровье - это лишь локальный симптом ее глобальной внутренней боли. Возможно, эта женщина из-за нахмуренного взгляда выглядит злой и суровой на работе, коллеги считают ее неприветливой, а руководство обходит стороной при повышении по службе. Ее истинный запрос - вернуть доброжелательное, открытое лицо, чтобы чувствовать себя уверенно в коллективе. А врач продал ей 20 единиц токсина за копейки и отпустил на полгода. Это колоссальная потеря ценности.

Снижение барьеров: хореография первых минут

Премиальный сервис строится на предвосхищении потребностей и абсолютном психологическом комфорте. Подготовка к приему начинается за 30 минут до прихода пациента. В кабинете должна быть идеальная чистота: никакого визуального хаоса, открытых упаковок препаратов на виду, использованных салфеток или грязных зеркал. Все эти детали подсознательно считываются как небезопасность.

Телефон врача должен быть убран и переведен в беззвучный режим. Экран компьютера - закрыт. Предыдущий пациент должен полностью исчезнуть из пространства кабинета до входа нового. Врач должен уделить одну минуту тому, чтобы сделать глубокий вдох, очистить разум от мыслей о прошлом приеме и настроиться на человека, который сейчас войдет.

Когда пациент входит, вы должны встать, встретить его открытой улыбкой, представиться и искренне поблагодарить за визит:

- Мария, здравствуйте! Очень рада нашему знакомству. Большое спасибо, что выбрали именно меня и нашу клинику. Как вы добрались? Не было проблем с парковкой?

Эта короткая прелюдия не имеет медицинского смысла, но она решает важнейшую задачу - переводит нервную си-

стему пациента из режима выживания (симпатического тонуса) в режим доверия и расслабления. Предложите воды, чая или кофе. Сделайте так, чтобы пациент почувствовал, что здесь его ждали, к его визиту готовились.

РЕШЕНИЕ Премиум Бьюти Консалт: *Никогда не знакомьтесь с картой пациента при пациенте. К моменту его входа вы должны досконально изучить его имя, возраст, сферу деятельности, источник обращения, содержание предварительной переписки и ключевые жалобы, если они были озвучены администратору. Фраза: 'Мария, я перед нашей встречей внимательно изучила вашу переписку и историю, которую вы рассказали нашему администратору. Я знаю, что вас беспокоит ощущение усталости лица. Но мне очень важно услышать всё своими глазами и вашими словами. Расскажите, пожалуйста, подробнее...' производит на премиального клиента ошеломляющий эффект. Она понимает: она здесь ценна, она уникальна, к ней готовились.*

Первый открытый вопрос: пять золотых ключей к диалогу

После короткого приветствия и чашки чая наступает момент, когда нужно передать инициативу пациенту. Помните золотое правило коммуникации: 'Кто задает вопросы, тот управляет диалогом, но говорить при этом должен пациент'. Оптимальное соотношение эфирного времени в первые десять минут: 80% говорит пациент, 20% - врач.

Для того чтобы запустить глубокий, искренний рассказ, вам нужен правильный первый открытый вопрос. В системе Премиум Бьюти Консалт разработаны 5 золотых речевых формул, каждая из которых решает свою психологическую задачу:

Речевая формула

Психологическая задача

Почему это работает

«Мария, расскажите, пожалуйста, что привело вас сегодня ко мне?»

Выявление главного триггера и отправной точки.

Слово 'сегодня' - ключевое. Оно заставляет пациента вспомнить конкретный момент, когда она приняла окончательное решение записаться.

«Что сегодня хотелось бы изменить?»

Мягкое переключение внимания на эстетические и внутренние цели.

Вопрос не ограничивает рамками одной процедуры, давая человеку возможность описать общую желаемую картину.

«С какой мыслью вы записывались на сегодняшнюю консультацию?»

Вскрытие глубокого эмоционального контекста и размышлений.

Слово 'мысль' заставляет обратиться к внутреннему диалогу, который пациент вела с собой дома перед зеркалом.

«Если коротко, какой результат вам хотелось бы получить?»

Фокусировка на конечной цели, а не на методах лечения.

Пациент описывает образ результата ('хочу выглядеть свежее'), убирая технические детали, которые выберет врач.

«Что сейчас беспокоит вас больше всего?»

Выделение главного приоритета среди множества эстетических задач.

Помогает сразу отсечь второстепенные жалобы и сконцентрироваться на ключевой боли, требующей немедленного ответа.

Задав один из этих вопросов, вы должны сделать самое сложное и самое важное действие - замолчать. Не помогайте пациенту, не договаривайте за него фразы, не пытайтесь угадать его мысли. Просто внимательно, тепло и сосредоточенно слушайте.

Правило трех секунд: магия профессиональной тишины

В общении с пациентами существует феномен, который мы называем 'Правилом трех секунд'. Когда пациент закончил отвечать на ваш вопрос и замолчал, ни в коем случае не задавайте следующий вопрос сразу. Сделайте глубокий вдох и мысленно сосчитайте до трех: раз, два, три. Держите мягкую, доброжелательную паузу, сохраняя визуальный контакт.

В 80% случаев в эту трехсекундную паузу происходит чудо. Пациент, чувствуя, что его не перебивают и готовы слушать дальше, делает глубокий вздох и произносит фразу, которая начинается со слов:

- *«Вообще-то, если честно...»*
- *«Наверное, на самом деле дело в том, что...»*
- *«Знаете, я никогда об этом не говорила косметологам, но...»*

Именно после этих слов начинается настоящая, глубокая консультация. В эти три секунды тишины рождаются самые важные признания о страхах, семейных кризисах, потере уверенности в себе, юбилеях, разводах или карьерных амбициях. Пациент раскрывает свою истинную, экзистенциальную мотивацию. Но если вы поторопитесь и заполните паузу очередным дежурным вопросом, эта ценнейшая инфор-

мация навсегда останется скрытой.

Активное слушание: что и как должен фиксировать врач

Большинство врачей во время рассказа пациента совершают критическую ошибку - они слушают для того, чтобы ответить. В их голове в этот момент крутится клинический калькулятор: *'Так, носогубные складки - это филлер средней плотности 1 мл, морщины лба - 25 единиц релатокса, качество кожи - полимолочная кислота...'*

Вы должны слушать не для того, чтобы подобрать процедуру. Вы должны слушать, чтобы понять человека. На вашем рабочем столе должен лежать чистый лист бумаги и ручка. И записывать на этом листе вы должны не медицинские диагнозы (не пишите 'птоз 2 степени', 'гипертонус фронталиса'), а точные, дословные фразы, которые произносит пациент.

Фиксируйте эмоциональные маркеры:

- *«Хочу снова с удовольствием смотреть на себя в зеркало»*
- *«Лицо стало выглядеть каким-то тяжелым и вечно недовольным»*
- *«Кажется, я постарела буквально за один последний год»*
- *«Не хочу выглядеть переколотой и искусственной, боюсь потерять мимику»*
- *«В последнее время вообще перестала фотографиро-*

ваться, избегаю общих снимков»

Зачем нужна эта дословная фиксация? Это ваш главный золотой запас для презентации годового плана лечения на этапе закрытия. Когда вы будете озвучивать пациенту стратегию, вы не будете говорить сухим медицинским языком о стимуляции неоколлагенеза. Вы скажете:

- Мария, вы сегодня сказали очень важную фразу: 'Хочу снова смотреть на себя в зеркало с удовольствием'. Именно ради этого ощущения - чтобы каждое утро, подходя к зеркалу, вы радовались своему свежему, отдохнувшему отражению - мы и составляем сегодня эту персональную стратегию лечения.

Против такой презентации у пациента нет и не может быть возражений. Ведь вы предлагаете ей не препарат, а решение ее собственного, зафиксированного ее же словами эмоционального запроса.

Трудные сценарии первых минут

Конечно, красивые и легкие консультации, где пациент сразу раскрывает душу, бывают только в учебниках. В реальной практике премиальный врач ежедневно сталкивается со сложными поведенческими сценариями. Рассмотрим три самых распространенных вызова первых десяти минут и алгоритмы работы с ними.

Сценарий 1. Пациент молчит или отвечает односложно

Некоторые пациенты на вопрос 'Что вас привело сегодня?' отвечают сухо и кратко: 'Не знаю', 'Да просто морщины убрать', 'Коллега посоветовала, вот пришла'. Это признак высокого уровня недоверия и страха 'развода' на деньги. Врач в этот момент часто совершает ошибку - пугается тишины и начинает читать лекцию о препаратах, окончательно теряя контакт.

РЕШЕНИЕ Премиум Бьюти Консалт: *Не паникуйте. Используйте технику 'уточняющих вопросов-ледоколов':*

- 'Мария, я вас поняла. А если бы мы могли изменить на вашем лице всего одну деталь, чтобы вы почувствовали себя максимально комфортно, что бы это было?'

- *'Что первым бросается вам в глаза, когда вы утром смотрите на себя в зеркало?'*

- *'Когда вы впервые заметили эти изменения? Что вы при этом почувствовали?'*

Эти вопросы мягко обходят защиту неокортекса и заставляют пациента переключиться на свои внутренние ощущения.

Сценарий 2. Пациент сразу спрашивает цену («Сколько стоит ботокс?»)

Очень частая ситуация: пациент переступает порог и с порога заявляет: *'Здравствуйте, сколько у вас стоит лоб ботоксом уколоть?'*. Ремесленник тут же называет цену: *'Двенадцать тысяч'*. И на этом консультация заканчивается. Пациент начинает сравнивать вашу цифру со средней ценой по городу и уходит туда, где на 500 рублей дешевле.

КРИТИЧЕСКАЯ ОШИБКА ВРАЧА: *Никогда не обсуждайте стоимость в первые минуты консультации. До тех пор, пока пациент не осознала ценность вашей работы, любая названная вами сумма будет казаться ей высокой.*

РЕШЕНИЕ Премиум Бьюти Консалт: *Эlegantно переведите разговор от цены к ценности, не скрывая при этом информацию:*

- 'Мария, я с удовольствием отвечу на вопрос о стоимости и подробно распишу вам все цены. Но дело в том, что конечный результат зависит не от количества единиц препарата, а от задачи, которую мы хотим решить. Расскажите, пожалуйста, какого эффекта вы хотите добиться в первую очередь? Мы хотим убрать хмурый взгляд, сделать лицо более свежим или просто разгладить кожу? Исходя из этого, я предложу вам идеальный и наиболее экономичный вариант'.

Сценарий 3. Пациент пришел «только на одну процедуру»

Пациент заявляет: 'Я пришла только уколоть межбровье. Больше мне ничего не нужно, другие зоны не показывайте'.

РЕШЕНИЕ Премиум Бьюти Консалт: Не спорьте, не навязывайте комплекс сразу. Согласитесь и мягко расширьте рамки разговора:

- 'Мария, конечно! Мы можем сделать сегодня исключительно ботулинотерапию межбровья, это прекрасная и эффективная процедура. Но как врач я считаю своей обязанностью показать вам всю картину целиком. Вы сегодня упомянули, что хотите выглядеть в целом свежее и моложе. Если мы сделаем только межбровную зону, мы решим лишь 10% от этой большой задачи. Давайте я покажу вам весь

маршрут к тому результату, о котором вы мечтаете, а решение - двигаться по нему целиком или остановиться только на межбровье - в любом случае останется за вами. Договорились?'

В 95% случаев после такой мягкой формулировки пациент соглашается выслушать ваш комплексный стратегический план.

Главный вопрос-триггер: «Почему именно сейчас?»

В арсенале премиального врача-косметолога есть один вопрос, который по своей силе превосходит все остальные инструменты эмоциональной диагностики вместе взятые. После того как пациент описал свои жалобы и рассказал, что именно ему не нравится на лице, спокойно и мягко задайте вопрос:

- Мария, скажите, а почему вы решили заняться этим именно сейчас? Что стало последней каплей?

Этот вопрос бьет прямо в лимбическую систему. Изменения на лице происходят годами, но к врачу человек приходит в конкретный день. И за этим решением всегда стоит триггерное событие. В ответ на этот вопрос пациент почти никогда не говорит про морщины. Он рассказывает историю своей жизни:

· «Через месяц у моей дочери свадьба. Приедет много родственников, которых я не видела десять лет. Я буду много фотографироваться и не хочу выглядеть на снимках старой и усталой мамой»

· «Я получила повышение по службе, теперь я возглавляю крупный департамент. Мои подчиненные - молодые, амбициозные ребята. Я ловлю себя на мысли, что выгляжу на их фоне изможденной и боюсь потерять авторитет»

· *«Полгода назад я пережила тяжелый развод с мужем. Это подкосило меня, я перестала ухаживать за собой. Но вчера я посмотрела в зеркало и поняла: хватит. Я хочу снова начать нравиться себе, хочу вернуть себе уверенность и начать новую жизнь»*

Когда вы знаете этот триггер, вы владеете ключом к сердцу пациента. Вы больше не продаете ей шприцы. Вы продаете ей уверенность на свадьбе дочери, авторитет среди молодых коллег или возвращение к полноценной счастливой жизни после личной драмы. Это и есть истинная философия Премиум Бьюти Консалт.

Выход за рамки эстетики: что скрывается за «носогубками»

Ни один пациент не хочет носогубные складки сами по себе. Носогубная складка - это всего лишь тень на лице, клинический признак смещения жировых пакетов средней трети лица вниз. Но для пациента это огромная эмоциональная боль. Задайте уточняющий вопрос:

- Мария, а что изменится в вашей жизни, если эти носогубные складки перестанут вас беспокоить?

Ответы всегда лежат в плоскости эмоций:

· «Я снова начну искренне и открыто улыбаться на встречах»

· «Уйдет это вечное выражение скорби и усталости, лицо станет дружелюбнее»

· «Я наконец-то перестану накладывать тонны тонального крема, пытаюсь скрыть эти тени»

Помните: пациент приходит с эстетической проблемой, но покупает эмоциональную трансформацию. И выявить эту трансформацию - ваша святая обязанность в первые десять минут.

Чек-лист первых десяти минут

Перед тем как предложить пациенту взять в руки зеркало или пересест в диагностическое кресло, врач-косметолог обязан мысленно поставить галочки напротив каждого пункта этого чек-листа:

- ☐ Я знаю имя пациента и обратилась к нему по имени не менее 3 раз.
- ☐ Я выразила искреннюю благодарность за визит и доверие.
- ☐ Пациент расслабился, его дыхание стало более ровным и спокойным.
- ☐ Я задала один из 5 золотых открытых вопросов и выслушала ответ, не перебивая.
- ☐ Я применила 'Правило трех секунд' после того, как пациент закончил говорить.
- ☐ Я дословно записала на листе бумаги не менее 3 эмоциональных фраз пациента.
- ☐ Я знаю истинный триггер визита (ответ на вопрос 'Почему именно сейчас?').
- ☐ Я выявила главный страх пациента (выглядеть неестественно, зря потратить деньги и т.д.).
- ☐ Я знаю, какой конечный результат пациент считает идеальным для себя.
- ☐ Я не произнесла ни одного названия препарата или

сложного медицинского термина.

Если хотя бы на два-три пункта из этого чек-листа у вас нет ответа - не переходите к осмотру лица! Продолжайте диалог, задавайте уточняющие вопросы, слушайте. Диагностика лица, начатая на этапе психологического сопротивления, обречена на провал.

Практическое упражнение для самоанализа врача

Для того чтобы закрепить навык ведения первых десяти минут консультации по системе Премиум Бьюти Консалт, начните ежедневно выполнять простое, но невероятно мощное рефлексивное упражнение. После каждого рабочего дня, оставшись наедине с собой в кабинете, откройте свой журнал и письменно ответьте на три вопроса:

1. Какую главную эмоцию (страх, надежду, тревогу) испытывал сегодня мой первичный пациент в первые минуты встречи?

2. Какую именно фразу, дословно произнесенную пациентом в начале диалога, я затем использовала при презентации ее индивидуального плана лечения?

3. Если полностью убрать из моего лексикона названия всех препаратов и процедур, смогу ли я за одну минуту объяснить, какую новую жизнь и какое новое самоощущение я помогла сегодня обрести этому человеку?

Если вы ловите себя на мысли, что на третий вопрос вам ответить сложно - значит, ваша консультация снова скатилась к банальной продаже шприцев и единиц ботулотоксина. Перечитайте эту главу и на следующем пациенте сознательно заставьте себя молчать дольше, слушать глубже и фикси-

ровать точные слова человека.

ГЛАВА 3. ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА: СНАЧАЛА ДИАГНОЗ ЧЕЛОВЕКУ, ПОТОМ ЛИЦУ

Большинство врачей-косметологов искренне убеждены, что их главная профессиональная обязанность - найти физический дефект на лице пациента и немедленно предложить способ его устранения. Пациент указывает на морщину - врач предлагает филлер. Пациент жалуется на тяжелый овал - врач назначает нити или аппаратный лифтинг. Эта модель работы кажется логичной и естественной, но именно в ней кроется главная причина низкого среднего чека, частых отказов и отсутствия повторных визитов.

Настоящая премиальная медицина строится на совершенно ином фундаменте. Лицо человека - это лишь проекция его внутреннего состояния, его переживаний, социальных ролей и жизненных триггеров. Процедуры, препараты, шприцы и миллилитры - это всего лишь технические инструменты. На самом деле пациент всегда приходит за эмоциональной трансформацией. Он покупает не физический результат инъекции, а то, как он будет чувствовать себя после того, как посмотрит в зеркало.

Ловушка физического дефекта: почему косметологи-ремесленники продают шприцы, а не результаты

Типичная консультация в 90% эстетических клиник начинается с одной и той же фатальной ошибки. Как только пациент озвучивает свою эстетическую жалобу, врач мгновенно переключается на клинический анализ лица. Он начинает видеть не человека, а набор дефектов: «дефицит объема в средней трети», «гравитационный птоз второй степени», «выраженная носогубная складка».

МЫСЛИ ПАЦИЕНТА:

Я пришла рассказать о своей боли - о том, что я чувствую себя уставшей, незаметной, что я теряю уверенность в себе после развода. А доктор смотрит на меня как на биологический объект и перечисляет мои недостатки, делая меня еще более старой и виноватой.

КРИТИЧЕСКАЯ ОШИБКА ВРАЧА:

Прямой и мгновенный переход от эстетической жалобы пациента к обсуждению препарата или методики лечения. Фраза пациента: *«Мне не нравится межбровье»* - ответ врача: *«Сюда нужно уколоть ботулотоксин, это расслабит мышцу»*.

РЕШЕНИЕ Премиум Бьюти Консалт:

«Межбровье действительно можно скорректировать очень деликатно и безопасно. Но, прежде чем мы перейдем к препаратам, расскажите, пожалуйста, чуть подробнее: когда вы смотрите на себя в зеркало и замечаете эту зону, какое ощущение она у вас вызывает? Что именно вас в ней расстраивает больше всего?»

Косметолог-ремесленник продает процесс и инструмент. Премияльный врач-эксперт продает избавление от боли и возвращение желаемой эмоции. Чтобы наглядно увидеть разницу между этими двумя моделями мышления, обратимся к сравнительной таблице контрастной лингвистики:

Что говорит пациент

Как реагирует обычный косметолог (Ремесленник)

Как реагирует премиальный врач (Эксперт)

«Хочу убрать носогубные складки.»

«Здесь выраженный дефицит объема, нам нужно поставить филлер на основе гиалуроновой кислоты.»

«Носогубная складка - это следствие смещения тканей. Скажите, а какое выражение лица она сейчас вам создает? Что вы чувствуете, когда смотрите в зеркало?»

«Мне кажется, у меня поплыл овал лица.»

«Тут нужен игольчатый RF-лифтинг или нити коги, чтобы подтянуть брыли.»

«Овал лица действительно задает общие пропорции. А когда вы впервые заметили эти изменения? Было ли какое-то событие, которое заставило вас обратить на это внимание?»

«Хочу уколоть ботокс в лоб и межбровье.»

«Хорошо, давайте посчитаем единицы. На лоб уйдет примерно 15-20 единиц Диспорта.»

«Ботулинотерапия отлично решает локальные задачи. Но вы пришли сегодня с запросом "выглядеть свежее". Если мы уберем только морщины на лбу, решит ли это вашу главную задачу?»

«У меня очень сухая и уставшая кожа.»

«Вам необходим курс биоревитализации из трех процедур препаратом _____»

«Качество кожи - это основа свежести лица. А что именно в слове "уставшая" вас беспокоит сильнее всего? Как кожа реагирует на ваш привычный домашний уход?»

«Хочу сделать губы немного побольше.»

«Без проблем, у нас сейчас акция на препарат _____, сделаем красивый объем.»

«Губы - очень деликатная зона. Скажите, а какой результат вы хотите увидеть в итоге? Вам важно сделать их пухлыми или вернуть естественную сочность, которая была раньше?»

Когда вы отвечаете пациенту на языке медицинских терминов и препаратов, ее мозг мгновенно включает рациональную защиту. Она начинает сравнивать цены на филлеры в разных клиниках, искать отзывы о препаратах в интернете и сомневаться. Но когда вы обращаетесь к ее чувствам и глубинным мотивам, вы создаете безопасное эмоциональное пространство, в котором рождается безграничное доверие.

Пять уровней мотивации пациента: куда ведет глубинная диагностика

Каждое решение человека о покупке эстетической услуги рождается на стыке пяти различных уровней мотивации. Обычный косметолог работает только на первом - самом поверхностном уровне. Премиальный врач по качеству старения спускается на пятый - экзистенциальный уровень, где пациент принимает решение о долгосрочном сопровождении.

Давайте подробно разберем эту иерархию потребностей:

1. Рациональный уровень (Что?). Пациент видит конкретный физический недостаток и ищет способ его устранения. Запрос звучит просто: *«Хочу убрать морщины на лбу»*, *«Хочу заполнить носогубные складки»*. На этом уровне пациент сравнивает цены, препараты и клиники. Если врач остается здесь, он конкурирует прайс-листом.

2. Эмоциональный уровень (Как?). Пациент хочет изменить свое эмоциональное самочувствие. Жалоба звучит иначе: *«Я выгляжу усталой»*, *«Лицо кажется грустным и сердитым»*. Человек хочет вернуть ощущение свежести, отдохнувшего вида, легкости.

3. Личностный уровень (Кто я?). Запрос касается самооценки и самовосприятия. *«Я перестала нравиться себе в зеркале»*, *«На фотографиях я вижу чужую, уставшую женщину, а внутри я чувствую себя молодой и энергичной»*.

Пациент ищет соответствие между своим внутренним "Я" и внешним отражением.

4. Социальный уровень (Я и другие). Мотив связан с социальным окружением, карьерой, личной жизнью. *«Муж перестал делать комплименты и обращать внимание», «Коллеги на работе спрашивают, почему я такая уставшая», «Через месяц свадьба дочери, я буду в центре внимания и хочу выглядеть великолепно».*

5. Экзистенциальный уровень (Время и жизнь). Самый глубокий и сильный уровень мотивации. Страх уходящего времени, старения, потери контроля над своей жизнью. *«Я чувствую, что старею быстрее, чем живу», «Я боюсь потерять привлекательность и остаться не у дел».* Именно здесь рождается готовность инвестировать крупные суммы в годовые комплексные стратегии.

Уровень мотивации

Как звучит запрос пациента

Задача премиального врача

1. Рациональный

«У меня появились морщины вокруг глаз, хочу сделать ботокс.»

Зафиксировать жалобу, но не предлагать процедуру сразу. Задать открытый вопрос для перехода на следующий уровень.

2. Эмоциональный

«Я выгляжу усталой и изможденной, даже когда высыпаясь.»

Выявить, какие именно зоны создают ощущение усталости, и как это влияет на общее настроение.

3. Личностный

«Я смотрю в зеркало и больше не узнаю саму себя. Лицо стало тяжелым.»

Показать пациенту понимание его боли. Усилить важность соответствия внешнего вида внутреннему самоощущению.

4. Социальный

«Я получила новую должность, буду постоянно выступать на публике.»

Привязать план лечения к социальному успеху и уверенности пациента при взаимодействии с коллегами и клиентами.

5. Экзистенциальный

«Я хочу стареть красиво, естественно, не теряя своего лица.»

Предложить не разовую инъекцию, а персональную долгосрочную стратегию омоложения на 12 месяцев (Бьюти-Пас-

порт).

Метод «Пяти "Почему"» в эстетической медицине: как раскопать истинный триггер

Для того чтобы мягко и экологично спуститься с рационального уровня на личностный и экзистенциальный, премияльный врач использует адаптированный метод «Пяти "Почему"». Это техника ведения диалога, при которой каждый ответ пациента рождает следующий уточняющий вопрос врача. При этом сам вопрос строится не в лоб («Почему вы этого хотите?»), а через исследование чувств и контекста.

Рассмотрим классический пример построения такого диалога в кабинете:

Шаг 1. Выявление физической жалобы (Рациональный уровень).

Пациент: *«Я хочу убрать межбровную морщину, она стала очень глубокой».*

Врач (Почему №1): *«Межбровная зона действительно очень активно участвует в мимике. Скажите, а когда вы замечаете эту морщину в зеркале, какое выражение лица она вам создает?»*

Шаг 2. Переход к эмоциям (Эмоциональный уровень).

Пациент: *«Лицо кажется злым, хмурым, как будто я*

постоянно чем-то недовольна».

Врач (Почему №2): *«Понимаю вас. Никому не хочется выглядеть хмурым без причины. А почему для вас именно сейчас стало важно убрать это выражение?»*

Шаг 3. Выход на социальный уровень (Социальный уровень).

Пациент: *«Знаете, на работе коллеги постоянно спрашивают, почему я такая серьезная или не случилось ли чего. Это утомляет».*

Врач (Почему №3): *«Представляю, как это неприятно - постоянно оправдываться за выражение собственного лица. А что вы сами чувствуете в такие моменты?»*

Шаг 4. Выход на личностный уровень (Личностный уровень).

Пациент: *«Я чувствую себя не в своей тарелке. Внутри я открытый, позитивный человек, люблю общаться, а внешность транслирует какую-то жесткость. Это не я».*

Врач (Почему №4): *«Это очень важное наблюдение. Лицо должно отражать вашу внутреннюю энергию, а не маскировать ее. Если мы сделаем выражение лица более мягким, открытым и доброжелательным, как это изменит вашу повседневную жизнь?»*

Шаг 5. Выход на экзистенциальный уровень (Экзистенциальный уровень).

Пациент: *«Я думаю, я стану намного увереннее в себе. Буду общаться с коллегами без этого вечного напряжения».*

Буду с удовольствием смотреть на себя в зеркало и понимать, что я по-прежнему выгляжу молодо и привлекательно».

Врач (Почему №5): *«Мария, спасибо вам за такую искренность. Теперь я абсолютно четко вижу нашу цель. Наша задача - не просто заблокировать морицину препаратом. Наша цель - убрать это ложное выражение усталости и хмурости, вернуть вашему лицу его естественную мягкость, открытость и подарить вам ту уверенность, о которой вы сейчас сказали. Именно под этот результат мы и будем выстраивать всю нашу программу. Согласны?»*

МЫСЛИ ПАЦИЕНТА:

Эта доктор - первая, кто действительно меня выслушала. Она поняла, что меня беспокоит не складка кожи, а то, как меня воспринимают люди и как я сама себя чувствую. Я готова доверить ей все лицо, потому что она видит во мне человека, а не просто объект для уколов.

«Красные фразы» пациента: маркеры скрытой боли и страха

Во время диагностического интервью пациент часто произносит особые речевые маркеры - «красные фразы». Обычный врач пропускает их мимо ушей, торопясь продолжить опрос. Премиальный врач обязан мгновенно остановиться на такой фразе, сделать паузу и развернуть ее. Именно в этих словах скрывается истинная мотивация и страхи пациента.

Давайте разберем основные «красные фразы» и протоколы реагирования на них:

Красная фраза пациента

Что за ней скрывается (Истинный смысл)

Протокол ведения диалога (Скрипт врача)

«Я перестала нравиться себе в зеркале.»

Глубокий кризис самоидентификации. Потеря контроля над возрастными изменениями.

«Это очень сильные слова. Расскажите, пожалуйста, подробнее: когда именно появилось это ощущение? Что первым бросается вам в глаза, когда вы смотрите на себя утром?»

«Я выгляжу значительно старше своих лет.»

Сравнение себя с окружением или социальными ожиданиями. Страх потери конкурентоспособности.

«Старше каких лет вы себя ощущаете? И что именно на лице, по вашему мнению, больше всего создает этот возраст? Давайте разберем эти детали вместе.»

«Я категорически не люблю фотографироваться.»

Неприятие своего внешнего вида. Желание спрятаться, уйти от реальности. Конфликт внешности и самооценки.

«А почему? Что именно вас расстраивает, когда вы видите свои фотографии? Какую деталь лица вам больше всего хочется скорректировать на снимках?»

«Я хочу выглядеть максимально естественно.»

Страх потерять свою индивидуальность, стать похожей на шаблонные лица из соцсетей.

«Я полностью разделяю ваш подход. Сохранение вашей уникальности - это мой главный приоритет. А что для вас лично означает "естественно"? Чего вы больше всего опасаетесь?»

«Боюсь выглядеть "переколотой"»

Психологический страх вульгарности, осуждения со стороны близких, неудачного медицинского опыта.

«Этот страх абсолютно оправдан, на рынке действительно много таких примеров. Давайте договоримся сразу: мы бу-

дем двигаться микрошагами, сохраняя вашу мимику и пропорции.»

«Мне нужно просто немного освежиться.»

Снижение значимости проблемы из-за страха перед сложным лечением или большим бюджетом.

«"Освежиться" - прекрасное слово. А как вы поймете, что этот результат достигнут? Что должно измениться на лице, чтобы вы почувствовали себя отдохнувшей?»

Инструменты активного слушания: техника «Отражение» и «Лестница эмоций»

Слушать пациента - не значит просто молча ждать своей очереди заговорить. Премиальный врач слушает, чтобы понять, а не чтобы ответить. Для этого в протоколе Премиум Бьюти Консалт предусмотрены два мощнейших лингвистических инструмента коммуникации: техника «Отражение» и техника «Лестница эмоций».

Техника «Отражение» (Зеркальное эхо). Один из самых простых и эффективных способов побудить пациента говорить глубже без ощущения допроса. Вы не задаете новый вопрос, а берете ключевую эмоциональную фразу пациента, повторяете ее с вопросительной интонацией и держите паузу.

Пример работы техники «Отражение»:

Пациент: *«В последнее время я чувствую, что мое лицо стало каким-то тяжелым».*

Врач: *«Лицо стало тяжелым?»* (спокойно, мягко, с искренним интересом).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.