



# Internet je sadašnjost, a ne budućnost

Stomatološka ordinacija „Moja zubarka“ iz Niša izdvaja se iz mnoštva zdravstvenih ustanova po tome što preko Interneta edukuje pacijente i pruža im razne vrste pomoći. Dr Sanja Stanković-Mičić, osnivačica ove ordinacije, jedna je od finalistkinja konkursa „Pravi primeri internet prisustva“, koji je **RNIDS** organizovao povodom 10 godina svog rada. Ona je, poznajući marketinški potencijal Interneta, odmah po osnivanju kompanije obezbedila njeno prisustvo na „mreži“.

## Kako komunicirate sa klijentima i potencijalnim klijentima?

**Sanja Stanković-Mičić:** Najčešće preko mejla pitanja@mojazubarka.co.rs, ali i na druge načine, na primer preko Vajbera. Od društvenih mreža najaktivniji smo na Fejsbuku, ali imamo naloge i na Tviteru i LinkedInu. Potonji nam više koriste za oglašavanje nego za interakciju sa klijentima jer nisu toliko popularni u Srbiji.

## Koja društvena mreža je najviše pomogla vašem poslovanju?

**Sanja Stanković-Mičić:** Fejsbuk, jer veliki broj ljudi u Srbiji ima nalog na njemu. Pritom, sam koncept „prijateljskih“ objava služi kao preporuka drugim potencijalnim klijentima da odvoje malo vremena i da sa ove društvene mreže, preko našeg sajta, dođu i do ordinacije.

## Koliko je razvoju vašeg poslovanja pomogao sajt i činjenica da je on na .RS domenu?

**Sanja Stanković-Mičić:** Sajt je bio od velike pomoći, naročito na početku. Pošto se danas sve više poslova završava preko Interneta, sajt je najbolja investicija za jednu novootvorenu firmu. Svakome čiji su potencijalni klijenti iz Srbije **.RS domen** će dobro poslužiti zbog geotargetiranja kod Gugla i drugih pretraživača. Zato se mi nismo dvoumili oko domena. U vreme registracije je domen mojazubarka.rs bio zauzet, tako da smo uzeli mojazubarka.co.rs, a sada je i mojazubarka.rs u našem vlasništvu.



## Da li je prilikom korišćenja Interneta u poslovanju važna interaktivnost?

**Sanja Stanković-Mičić:** Mnogi pacijenti čekaju da ih zub zaboli, pa tek tada kontaktiraju lekara. U tim situacijama, brzina dobijanja povratne informacije je od velikog značaja. Zato se trudimo da svima odgovorimo na SMS, mejl, Vajber ili Fejsbuk što pre možemo. Obično odgovaramo u roku od 24 časa. Najčešća pitanja su vezana za bolove, dileme da li treba da se ode kod zubara i raspitivanje o cenama stomatoloških usluga.

## Koliko je ljudi od ukupnog broja pacijenata došlo u vašu ordinaciju preko Interneta?

**Sanja Stanković-Mičić:** Novi pacijenti ne govore uvek kako su došli do nas. Neka naša procena je da 20% do 30% novih pacijenata dolazi zbog toga što su nas našli preko Interneta.

## Koliko vremena posvećujete sajtu i društvenim mrežama i kakve sve sadržaje na njima objavljujete?

**Sanja Stanković-Mičić:** Potrebno je odvojiti nekoliko sati nedeljno kako bi se osmislio sadržaj koji će biti objavljen. Najčešće su te objave informativnog

karaktera, vezane za samu ordinaciju, popuste koje dajemo i slično. Tu su i blog koji nam služi za univerzalne stomatološke teme ali i odgovori na najčešća pitanja naših pacijenata. Sadržaje za Internet ja smišljam ali ih moj suprug objavljuje, jer radi u IT sektoru i stručniji je za to. Svakome ko želi da ima što bolje rezultate prilikom pozicioniranja firme, preporučila bih da angažuje profesionalce, jer tada može da se fokusira na svoj posao.

## Da li biste ocenili Internet kao dobar marketinški kanal?

**Sanja Stanković-Mičić:** Internet nije budućnost, on je sadašnjost. Zato je prisustvo na njemu od velike važnosti. Sa dobrom idejom i pravim pristupom, Internet samo može pomoći u poslovanju. Mislim da je u našoj zemlji to manje zastupljeno nego u inostranstvu. Napolju niko neće otići u kafić, restoran, stomatološku ordinaciju ili kod veterinaru ako prethodno nije našao neku informaciju o njima na Internetu. To vreme će doći i kod nas. Širi intervju sa Sanjom Stanković-Mičić i Marijom Đorić, drugom finalistkinjom konkursa, možete pročitati na adresi naravno.rs.