

# СТРАТЕГИЯ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ СТОМАТОЛОГА

## как получать приглашения на международные конгрессы и создать очередь из пациентов

5 жизненных принципов построения личного бренда и медицинской практики.

Автор: Илья Складоров



## Почему одни врачи останавливаются в развитии, а другие становятся мировыми экспертами?

В стоматологии существует опасная иллюзия: нам кажется, что успех зависит исключительно от мануальных навыков. Мы думаем: «Если я буду идеально лечить каналы или препарировать под виниры, признание придет само». Но реальность выглядит иначе.

Можно быть гениальным ремесленником, но остаться неизвестным врачом в рамках одного кабинета. Успех в современной медицине — это сложная система. Это умение не только лечить, но и учиться, выстраивать коммуникацию, видеть тренды раньше других и управлять своей репутацией.

В этом материале я сформулировал 5 фундаментальных принципов, которые помогли мне пройти путь от начала карьеры до спикера международных конгрессов и собственника одной из самых эффективных клиник в России.

## Принцип №1

### Обучение как инвестиция

Мое главное правило в учебе — учиться только у лучших. Даже если это дорого, даже если нужно лететь на другой континент. Экономия на знаниях сегодня, вы, по сути, обкрадываете себя в будущем.

Вам может показаться, что разница между курсом «хорошего» преподавателя и «великого» эксперта невелика — всего 10–20% информации. Но в медицине именно эти «золотые проценты» являются критическими. Именно эти редкие нюансы и лайфхаки отделяют ремесленника от Мастера и дают тот результат, за которым к вам приходят пациенты. Однако просто купить дорогой курс недостаточно. Я использую в своем развитии правило 10–20–70, которое превращает информацию в навыки.

ЭФФЕКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ СТРОИТСЯ СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ:

<b>10% УСПЕХА — ЭТО КАЧЕСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b>  Это сама лекция, книга или семинар. Это база, без которой невозможно движение.	<b>НАЙМ «ГОТОВОЙ20% УСПЕХА — ЭТО СОЦИАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ:</b>  Обсуждение материала с коллегами, споры в кулуарах, обмен мнениями в профессиональных чатах. «Оббивая» свои знания об опыт других, вы умножаете их эффективность.	<b>70% УСПЕХА — ЭТО ВНЕДРЕНИЕ</b>  Это самый сложный этап. Пока вы не применили полученные знания руками и не совершили свои первые 10 ошибок, вы не усвоили материал.
---	--	--

Только пройдя все три этапа, вы можете сказать, что действительно чему-то научились. Просто послушать лекцию и испытать интеллектуальное удовлетворение — это ловушка, которая не двигает карьеру вперед.
Еще один важнейший аспект роста — наличие Наставника. Легко подумать, что ментор нужен только студентам, но на самом деле больше всего пользы от наставничества получают опытные доктора. Добившись определенного уровня дохода, мы часто теряем «огонь» и попадаем в зону комфорта. Наставник — это человек, который уже прошел тот путь, на котором вы застряли. Он показывает вам, что следующая вершина существует, и дает карту маршрута к ней.

## Принцип №2

### Психология пациента

Для успешной карьеры недостаточно иметь золотые руки. Никто не оценит ваши идеальные реставрации, если пациент просто не согласится на лечение. Поэтому навык коммуникации и построения доверия является базовым для топ-врача.

Ключевой инструмент здесь — это поиск сходства. Люди доверяют тем, кто на них похож. Если вы узнали, что пациент увлекается мотоциклами — расскажите про свой байк. Если он живет в центре — упомяните, что вы там выросли. Каждая точка соприкосновения превращает вас из безликой «функции врача» в живого человека, которому можно верить.

Кроме того, важно адаптировать свою презентацию плана лечения под психотип пациента.

В СВОЕЙ ПРАКТИКЕ Я ГЛОБАЛЬНО ДЕЛЮ ВСЕХ ПАЦИЕНТОВ НА ДВЕ БОЛЬШИЕ ГРУППЫ:

<b>«ЛЕВОСТОРОННИЕ» (ЛОГИКИ)</b>  Это пациенты, которые приходят за точечным решением (одна коронка, пломба). Им важны технические детали, бренды материалов, технологии. Их можно и нужно «обучать», рассказывая про микроскопы и адгезивные протоколы.	<b>«ПРАВОВОСТОРОННИЕ» (ЭМОЦИОНАЛЫ)</b>  Это пациенты на тотальную реабилитацию. У них часто много проблем, они стесняются улыбаться. Их бесполезно учить стоматологии — они и так знают, что у них все плохо. Им нужно сочувствие, эмоциональная поддержка и уверенность, что вы решите их проблему.
---	--

Понимание того, кто сидит перед вами в кресле, позволяет говорить на языке пациента. С «логиком» мы обсуждаем прочность циркония, с «эмоционалом» — то, как изменится качество его жизни после лечения.
---

## Принцип №3

### Тотальное планирование

Самая частая ошибка, которая тормозит развитие врача — это «лоскутное» лечение. Когда мы делаем эстетику в отрыве от функции или функцию в отрыве от лица. В SmileClinic мы исповедуем принцип комплексного планирования. Я сделал серьезный скачок в карьере, когда начал планировать улыбку с учетом геометрии лица. У красоты есть свои математические законы: пропорции, симметрия, расстояния. Улыбка должна быть не просто «белой», она должна гармонично вписываться в лицо. Если вы игнорируете эти параметры, вы получаете технически идеальные, но эстетически чужеродные зубы.

Чтобы избежать ошибок на финише, мы обязательно используем этап «тест-драйва» улыбки с помощью мокапов (mock-up) и временных реставраций.

ЭТИ ТЕХНОЛОГИИ РЕШАЮТ ДВЕ КРИТИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ:

<b>ВИЗУАЛЬНАЯ ПРИМЕРКА:</b>  пациент может увидеть новую улыбку в жизни, а не на экране компьютера. Часто то, что нравится на фото, в зеркале вызывает желание изменить форму или длину зубов.	<b>ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ПРОВЕРКА:</b>  вы проверяете окклюзию (смыкание) на временном материале. Если есть проблемы с суставом или дикцией, вы решаете их до того, как зафиксируете дорогую керамику.
--	---

Планирование — это время, когда вы «семь раз отмеряете». Не жалейте времени на консилиумы с коллегами смежных специальностей. Врач-одиночка, даже гениальный, всегда проигрывает команде, которая смотрит на клиническую ситуацию с разных углов.
---

## Принцип №4

### Технологическое лидерство

Любая новая технология (будь то виниры 20 лет назад или ИИ сегодня) проходит определенный цикл внедрения на рынок. Согласно статистической модели, всех врачей можно разделить на четыре группы в зависимости от скорости принятия инноваций:

<b>НОВАТОРЫ (2,5%)</b>  Это смельчаки, которые рискуют деньгами и репутацией, внедряя технологию первыми. Если технология «выстреливает», они получают всё: славу первооткрывателей и сверхприбыль.	<b>ПЕРВОПРОХОДЦЫ (13,5%)</b>  Они видят успех новаторов и быстро подхватывают тренд, пока он еще свежий. Они тоже рискуют, но и вознаграждение здесь очень высоко.	
	<b>РАННЕЕ И ПОЗДНЕЕ БОЛЬШИНСТВО (68%)</b>  Это основная масса рынка. Они внедряют технологию, когда она уже стала стандартом (мейнстримом). Здесь нет риска, но нет и конкурентного преимущества.	<b>ОТСТАЮЩИЕ (16%)</b>  Те, кто сопротивляется прогрессу до последнего.

В своей карьере я принял стратегическое решение: всегда находиться в первых двух группах. Как только я вижу технологию с адекватным клиническим потенциалом (как это было с 3D-принтерами или AirFlow), я запускаю процесс её интеграции. Да, это риск. Иногда технологии оказываются «пустышкой». Но именно готовность пробовать новое позволяет мне оставаться на гребне волны, предлагать пациентам решения, которых еще нет у конкурентов, и формировать репутацию визионера в профессиональном сообществе.
---

## Принцип №5

### Личный бренд как множитель

Личный бренд — это не самоцель, а действенный инструмент масштабирования. Это нейтральный множитель вашей профессиональной сути.

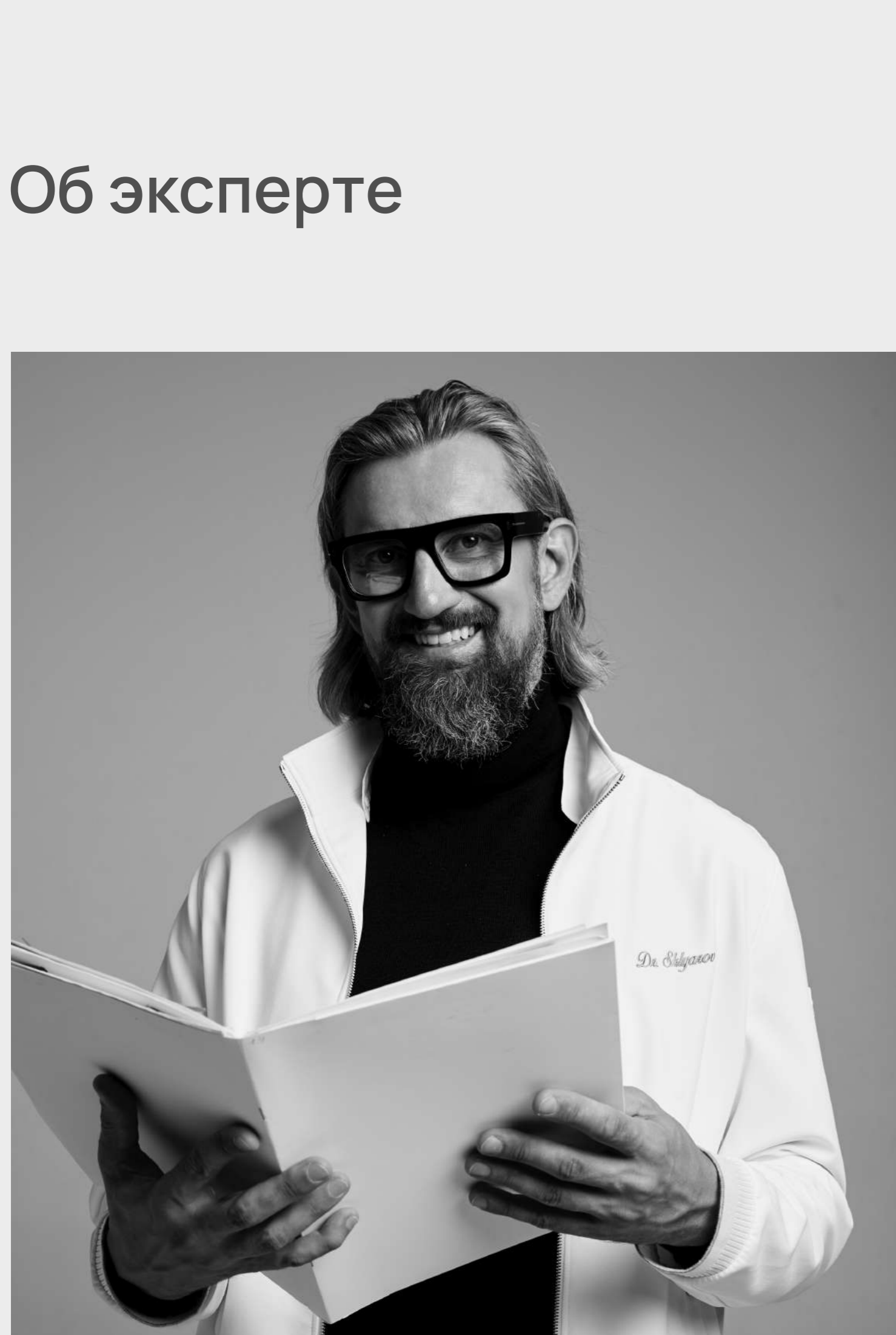
Работает это просто: если вы отличный врач, личный бренд расскажет об этом тысячам людей, и вы получите очередь из пациентов. Если вы совершаете ошибки и лечите плохо, личный бренд так же быстро разнесет молву о вашей некомпетентности, уничтожив карьеру. Поэтому сначала — твердые навыки, потом — публичность. Ваша репутация формируется из того, что вы транслируете в мир.

ЭТО РАБОТАЕТ ПО ПРИНЦИПУ ЗЕРКАЛА:

- Если вы на каждом выступлении говорите про доказательную медицину, цифры и исследования — рынок запомнит вас как серьезного научного эксперта.
- Если вы показываете эстетику, пропорции лица и искусство — вы займете нишу топ-эстетиста.

Не обязательно вести блог ежедневно или снимать развлекательные ролики. Личный бренд можно строить и в оффлайне — через выступления, статьи и профессиональные связи. Главное — заранее определить: «Чем именно я хочу быть известен?» и бить в эту точку каждым своим действием.
---

## Об эксперте



Илья Складоров — действующий предприниматель, кандидат медицинских наук и практикующий врач.

• Бизнес-результат: основатель SmileClinic (Санкт-Петербург) — одной из самых эффективных клиник России с годовой выручкой 350+ млн рублей всего на 5 креслах.

• Международный статус: первый в России сертифицированный ментор Kois Center (США) и лучший стоматолог-ортопед по версии Forbes.

• Методология: автор образовательной системы «Прибыль без стоматологического выгорания», которая помогает собственникам выйти из операционки и построить системный, управляемый бизнес.

## Заключение

Карьера успешного стоматолога — это марафон, а не спринт.

Чтобы прийти к признанию и высоким чекам, недостаточно просто хорошо лечить зубы. Нужно управлять ожиданиями пациентов, видеть рынок шире, чем стены кабинета, и постоянно инвестировать в себя.

Эти 5 принципов — фундамент моего подхода. Если вы чувствуете, что уперлись в потолок, и хотите углубиться в детали — узнать, что именно настраивать планирование, как управлять командой и управлять ожиданиями пациентов, видеть рынок шире, чем стены кабинета, и постоянно инвестировать в себя.

Эти 5 принципов — фундамент моего подхода. Если вы чувствуете, что уперлись в потолок, и хотите углубиться в детали — узнать, что именно настраивать планирование, как управлять командой и управлять ожиданиями пациентов, видеть рынок шире, чем стены кабинета, и постоянно инвестировать в себя.

Следить за Sklyarov Center в Telegram