

Dr. Nguyễn Trung Thành, owner and dentist at Bright Dental Clinic: Không dễ để có thể quảng bá và phát triển phòng khám dựa vào các chiến dịch quảng cáo online. Phòng khám của tôi từng đầu tư hàng chục triệu đồng vào các chiến dịch quảng cáo nhưng hầu như không thu lại được gì. | *It is not easy to promote and develop clinics based on online advertising campaigns. My clinic used to invest tens of millions of dong in advertising campaigns but got almost nothing back.*

Phung Thi Quynh Anh, manager of Lotus Women's Health Clinic: Phòng khám cũng đã từng triển khai các chương trình quảng cáo trên facebook, google tuy nhiên hiệu quả rất thấp. Có khoảng thời gian, Lotus phải ngưng các chiến dịch quảng cáo online để tìm các phương án khác như tổ chức hội thảo. Tuy nhiên, diễn biến của covid-19 khiến phòng khám cũng ngần ngại khi tổ chức các hội thảo tương tự như vậy. | *The clinic has also deployed advertising programs on facebook and google, but the effectiveness is very low. For a time, Lotus had to stop online advertising campaigns to find other options such as organizing seminars. However, the development of covid-19 makes clinics hesitate to hold similar seminars.*

Trần Anh Vũ, psychologist and owner of Tham Vấn Tâm lý Giang Vũ Clinic: Từ Bỉ về, tôi nhận thấy trở ngại lớn nhất cho bệnh nhân chính là người bệnh phải đối diện với bể thông tin quá lớn và hỗn loạn trên internet, họ mất niềm tin vào các chuyên gia và phòng khám. | *Coming back from Belgium, I find that the biggest obstacle for the patients is that the patients have to deal with the huge and chaotic information pool on the internet, they lose confidence in specialists and clinics.*