

# Управление маркетингом и бизнес-процессами В КЛИНИКЕ

Управление бизнес-процессами в медицинской организации невозможно без построения эффективной структуры маркетинга и удовлетворенности пациентов. В маркетинге медицинских услуг особое внимание уделяется взаимодействию медицинской организации и пациента. Пациент оказывается вовлеченным в непрерывный вопрос создания и потребления услуги, а медработник понимает, как ту или иную медицинскую услугу лучше предложить.

Посетив семинар, вы освоите понятие сервисной составляющей медицинской помощи, основные технологии и точки контроля, а также изучите особенности маркетинга в медицине, что поможет вам повысить качество предоставляемых услуг и улучшить привлекательность своей клиники.

**Внимание! Вы можете посетить полный курс [«Управление медицинским учреждением / коммерческой клиникой»](#).**

## Расписание

Город: Москва

Дата:

- 30 – 31 августа `19
- 29 – 30 ноября `19
- 28 – 29 февраля `20
- 29 – 30 мая `20
- 28 – 29 августа `20

---

В результате обучения вы:

- познакомитесь с контролем качества как с источником критериев для рейтингования врачебного персонала
- изучите основные требования к формированию расписания приема с коммерческой точки зрения
- познакомитесь с VIP-технологиями как с эффективным инструментом маркетинга ЛПУ
- освоите претензионный менеджмент и контроль качества сервиса коммерческого ЛПУ
- изучите условия эффективной отработки увеличенного клиентопотока в условиях

маркетинговой активности

- рассмотрите этический аспект в маркетинге
  - узнаете, какое место занимают производственные подразделения в эффективности маркетингового проекта
  - изучите работу с серым рынком по привлечению клиентов
- 

## Программа семинара

### День 1

#### Основные бизнес-процессы в коммерческом ЛПУ. Регламентация деятельности и точки контроля

- Бизнес-процесс оказания помощи основным контингентам: физическим лицам, клиентам страховых компаний с оплатой по факту, клиентам страховых компаний по предоплатным, авансовым формам. Уровень ожиданий. Конфликтность. Особенности привлечения в зависимости от реноме ЛПУ. Уровень рентабельности. Зависимость от маркетинговой активности. Стоимость выручки. Колебания обращаемости
- Лечебно-диагностический процесс. Регламентация деятельности. Критерии эффективности. Контроль качества оказания медицинской помощи как собственно медицинский процесс. Контроль качества как источник критериев для рейтингования врачебного персонала. Связь ККМП с системой оплаты труда. Особенности контроля качества и экспертизы в коммерческом ЛПУ
- Расписание приема врачей. Основные требования к формированию расписания с коммерческой точки зрения
- Методики работы с расписанием при большом потоке пациентов. «Плавающие модули» как инструмент обеспечения максимальной загрузки ЛПУ и максимальной финансовой отдачи площадей и персонала
- Методика работы при катастрофически нарастающем потоке (эпидемический подъем заболеваемости)

#### Понятие сервисной составляющей медицинской помощи. Технологии. Контроллинг

- Сервисная составляющая оказания медицинской помощи. Инструменты сервис-менеджмента. Технологии hall-менеджмента
- Сервис-менеджмент в отдельном ЛПУ. Механизмы обеспечения должного уровня сервиса в ЛПУ
- Построение службы сервиса. Стандарты сервиса. Сервис-менеджмент в сети. Сетевые стандарты. Положение о сервисе как основа построения работы по сервису в отдельно взятом ЛПУ и в сети
- Наполненность стандартов. Внутренний контроль. Внешний контроль

- Сервис в работе немедицинского персонала
- Сервис в работе медицинского персонала. Восприятие врачебным персоналом понятия сервисности. Что в работе врача сервис и что — профессиональная деятельность?
- Объем сервисной составляющей в зависимости от ценового сегмента. Принцип необходимого минимума
- VIP-обслуживание. Технологии. Организация. VIP-ассистанс как бизнес-модель
- Использование VIP-технологий в повседневной работе ЛПУ бизнес-диапазона
- VIP-технологии как инструмент маркетинга

Практикум «Формирование Положения о сервисной службе коммерческой клиники»

### **Основные бизнес-процессы стационара**

- Клиент и стационар. Методики продаж в стационаре. Внутренняя реклама. Носители. Роль врача
- Распределение ролей врачебного персонала в организации продаж в стационаре. Понятие ведущего специалиста и его роль в организации продаж

### **Претензионный менеджмент как одна из основ формирования привлекательности ЛПУ на рынке**

- Претензионный менеджмент как часть риск-менеджмента. Претензионный менеджмент и контроль качества медицинской составляющей. Претензионный менеджмент и контроль качества сервисной составляющей
- Виды претензий. Классификация. Бизнес-процессы фиксации претензий, реагирования, урегулирования, учета
- Разбор претензий на качество медицинской составляющей. Претензии фатальные и нефатальные. Объективизация претензии. Обоснованность. Практики служебного расследования. Институт врачебной комиссии как инструмент объективизации. Юридические аспекты сопровождения претензии на качество медицинской составляющей
- Претензии на качество сервисной составляющей. Методика объективизации. Методика работы с сервисной претензией
- Рисковый компонент в претензионной деятельности. Соответствие организации работы учреждения регламентирующим документам как основа устойчивости к проверкам. Устойчивость к проверкам как ключевой фактор в претензионной работе

Практикум «Реагирование на претензию на качество оказания медицинской помощи»

### **Антиконфликтный менеджмент**

- Основы клинической конфликтологии. Медицинские аспекты формирования конфликтности
- Типы конфликтов. Основные причины конфликтов. Сервис как основной способ профилактики конфликта

- Имидж-менеджмент ЛПУ. Зрительное восприятие. Тактильное восприятие. Звуковое сопровождение. Роль персонала в формировании впечатления об учреждении. Имидж-менеджмент как составляющая антиконфликтного менеджмента
- Методики разрешения конфликта
- Зависимость успешности разрешения конфликта от подготовленности персонала
- Административный ресурс и его роль в разрешении конфликта
- Уровни разрешения конфликта: регистратура — hall-менеджер — врач — заведующий отделением — администрация
- Особенности работы с аффективным пациентом

## День 2

### Маркетинг и медико-экономическая эффективность деятельности ЛПУ

- Оценка медико-экономической эффективности. Услуги и выручка. Понятие производственной цепочки
- Персонал. Группы в зависимости от влияния на выручку. Зависимый персонал. Зависимые подразделения
- Финансовая эффективность деятельности врача
- Понятие отработки первичного потока
- Понятие повторной обращаемости в зависимости от вида оказываемой помощи
- Финансовая и маркетинговая эффективность работы с повторным потоком в зависимости от характера деятельности ЛПУ или подразделений
- Условия финансовой эффективности
- Условия эффективной отработки увеличенного клиентопотока в условиях маркетинговой активности
- Параметры контроля и организационные выводы

### Источники имиджинговых потерь и маркетинговых провалов: работа «на карман» и «вывод контингента»

- Вывод контингента. Условия для вывода контингента. В том числе — объективные и созданные администрацией. Профилактика. Диагностика. «Лечение»
- Организованные схемы вывода контингента
- Вывод контингента по специальностям: массаж, мануальная терапия, психотерапия, манипулирующие врачи
- Административные, финансовые и организационные методы борьбы с выводом контингента
- Работа «на карман». Этический момент. Имиджевые потери. Работа «на карман» как воровство. Манипуляции с расписанием для расчистки времени приема. Методики вывода пациента «на карман». Медико-экономический контроллинг как источник информации о финансовых махинациях

## **Особенности маркетинга в медицине. Маркетинг и имидж ЛПУ**

- Этический аспект в медицинском маркетинге
- Роль сервиса в создании имиджа ЛПУ
- Роль антиконфликтного менеджмента в создании имиджа ЛПУ

## **Маркетинговый анализ**

- Медицинская концепция ЛПУ. Спектр оказываемых услуг, мощность (пропускная способность), доступность (глубина записи), оборудование, число врачей и их квалификация
- Локализация. Характеристика района расположения. Транспортная доступность, возрастной состав населения, платежеспособность населения как физических лиц, доступность услуги по времени ожидания. Конкурентное окружение ЛПУ. Учреждения, оказывающие аналогичные услуги
- Определение конкурентных преимуществ и «слабых мест» конкурентоспособности
- Целеуказание
- Инструменты маркетинга (продуктового) — сторонний специалист
- Маркетинговая концепция. Задачи. Соответствующие задачам инструменты
- Определение длительности маркетингового воздействия
- Создание маркетингового плана
- Создание маркетингового бюджета
- Определение критериев эффективности
- Введение в маркетинговый материал «точек контроля»
- Определение сроков выхода из проекта
- Определение общей финансовой эффективности проекта
- Место производственных подразделений в эффективности маркетингового проекта
- Типы маркетинговых инструментов. Event-маркетинг и его синхронизация с производственным циклом
- Роль непрямого маркетинга и PR-активности учреждения в привлечении клиентов и создании имиджа ЛПУ
- Взаимодействие со СМИ как методика непрямой рекламы и PR-активности
- Построение работы со СМИ. Правила игры. Условия

Практикум «Маркетинговый анализ стартап-проекта детской клиники в анклавном районе»

## **Серый рынок оказания медицинских услуг. Основные понятия. Методики взаимодействия.**

### **Маркетинговая активность в среде серого рынка**

- Исторический аспект формирования
- Черты рынка: объемы. Прейскурант. Методики продаж. Методики взаиморасчетов между участниками рынка
- Серый рынок в стационаре. Централизованные и «оброчно-барщинные» схемы

- Серый рынок в ЛПУ амбулаторного профиля. Централизованные и «оброчно-барщинные» схемы
  - Серый рынок в амбулаторной практике на дому
  - Работа с серым рынком по привлечению клиентов. Правила игры на сером рынке
  - Профилактика формирования элементов серого рынка в подведомственном ЛПУ
- 
- 

## Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **20900 руб.** с учетом всех налогов.

### В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
  - Кофе-паузы
  - [Сертификат Moscow Business School](#)
  - [Удостоверение о повышении квалификации\\*](#)
  - [Диплом о профессиональной переподготовке\\*\\*](#)
- 
- 

## Преподаватели семинара

- **Соколов Павел Леонидович**

Доктор медицинских наук, специалист в области медицинского бизнеса