

## Стандарты сервиса как инструмент продаж медицинской организации

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 23.01.2026

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации  
или Сертификат Moscow Business School

### Программа обучения

#### День 1

##### Очное обучение

- Что такое «медицинский сервис»? Составляющие идеального сервиса
- Факторы, влияющие на выбор пациентом клиники. Зоны развития вашей клиники
- Показатели качества обслуживания и их измерение. Статистика
- Методика разработки корпоративных стандартов для вашей клиники

##### Практикум «Разработка документа корпоративных стандартов»

- Как организовать прием с максимальным комфортом? Цикл контакта с пациентом. Примеры стандартов сервиса для врачей
- Типичные ошибки, которые приводят к увеличению времени приема и эмоциональному выгоранию врачей и медсестер
- Организация работы call-центра и reception, современные требования
- Личные продажи сотрудников — как и чему обучать
- Алгоритм телефонных переговоров с пациентом (как экономить эмоциональный ресурс и время)

Практикум — кейс «Анализ по чек-листу телефонных переговоров с пациентом (звонок в клинику участников тренинга)»

- Требования к ведению телефонных переговоров. «Речевки / скрипты» администратора (напоминание о визите, приглашение на профессиональные осмотры, звонки должникам, приглашение на прием и др.)
- Правила презентаций клиники / процедур / врачей
- Разрывы в восприятии качества предоставляемой услуги. Методики оценки удовлетворенности пациента. Ошибки сбора обратной связи (после первичного приема или лечения)
- Техники конструктивного выхода из конфликтных ситуаций с пациентами. Стандарт поведения в конфликте

Практикум — кейс «Отработка типичных возражений пациентов (например, „Почему так дорого?!“)»

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров

- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

#### Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

#### Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

#### Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

##### Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность

- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

#### Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

#### Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4Р
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение