



Комитет по развитию туризма
Санкт-Петербурга

САНКТ
ПЕТЕР
БУРГ



ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ ЭКСПОРТА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Санкт-Петербург

Октябрь 2022



АГЕНТСТВО
МЕДИЦИНСКОГО
ТУРИЗМА

Интегративный подход к выбору стратегии интернационализации*



* - Широкова Г.В., Цуканова Т.В. Выход на международный рынок российских фирм малого и среднего бизнеса: интегративный подход к анализу, ВШМ СПбГУ, 2013

Влияние участия в экспорте медицинских услуг



Участие в экспорте
медицинских услуг

Структура клиники

Изменение бизнес-процессов

Коррекция стратегии развития

Распределение ресурсов внутри медучреждения

Новизна и привлекательность проекта для сотрудников

Обнаружение новых направлений работы

Создание новых услуг

Повышение мотивации сотрудников



НЕОБХОДИМЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ (пример МЕДСИ)



Место оказания (Place):

1. Создание сервисной службы для иностранных пациентов, формирование структуры
2. Обучение врачей английскому языку
3. Обучение администраторов со знанием языка
4. Обучение врачей коммуникации с пациентами
5. Тренинги по снижению стресса у врачей
6. Организация переводов консультаций для пациентов, наличие в каждом активе переводчика

Цена (Price):

1. Запуск единого прайса для иностранных пациентов для разных каналов
2. Возможность предоставления скидок для партнеров в отдельных случаях
3. Введение персональных программ лояльности для партнеров

Упаковка (Package):

1. Введение единых стандартов коммуникации с иностранными пациентами у регистраторов
2. Создание подробных инструкций по внесению данных в Медиалог
3. Выдача англоязычных документов, когда это требуется
4. Англоязычные сотрудники в колл-центре
5. Подробный каталог услуг и возможностей клиник во взаимосвязи всей сети на иностранных языках

Продвижение (Promotion):

1. Увеличение агентского вознаграждения за продажу промотируемых услуг
2. Введение SLA по обработке заявок и выплате вознаграждений
3. Омниканальность для партнеров
4. Проведение практик и стажировок для иностранных врачей
5. Геймификация процесса направления пациентов, начисление очков, выдача грамот и благодарностей

Влияние участия в экспорте медицинских услуг

Положительное влияние

Перезапуск медицинского проекта

Обновление пространства медучреждения

Развитие внутренних стандартов

Рост уровня специалистов медучреждения

Оценка работы с позиции международных критериев

Сертификация (JCI, ISO, Росздравнадзор)



Влияние участия в экспорте медицинских услуг



Отрицательное влияние

Завышенные ожидания от развития проекта (выручка, известность)

Высокая зависимость от политической ситуации

Необходимость дополнительных инвестиций (маркетинг, CRM, сервис)

Более высокие издержки при прежней маржинальности

Дополнительная нагрузка на персонал

Повышенные требования при отборе сотрудников



Ожидание качества услуги и качество сервиса

Надежность (reliability): способность клиники выполнить обещанную услугу в срок, точно и правильно

Убежденность (assurance): компетентность, ответственность и уверенность обслуживающего персонала организации

Материальность (tangibles): возможность увидеть современное оборудование, персонал, наличие и привлекательность материалов

Отзывчивость (responsiveness): быстрое обслуживание и искреннее желание руководства и персонала клиники помочь пациенту

Сочувствие (empathy): выражение заботы, вежливость и индивидуальный подход к клиентам

SERVQUAL

Понимание «культурного кода» пациента



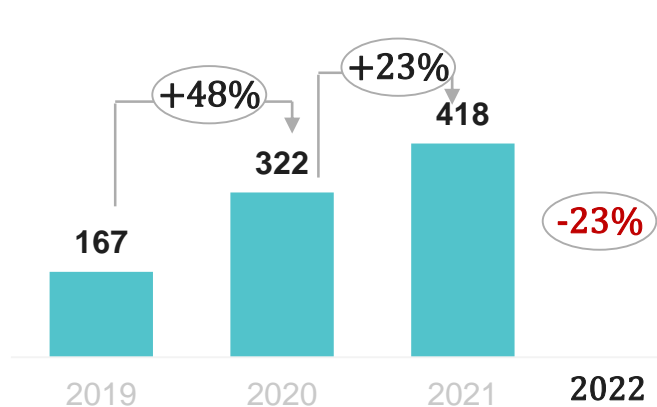
Сочувствие (empathy)	3,36	4,54	-1,18
Отзывчивость (responsiveness)	3,35	4,675	-1,325
Надежность (reliability)	3,56	4,56	-1
Убежденность (assurance)	3,43	4,525	-1,1
Материальность (tangibles)	3,83	4,5	-0,675



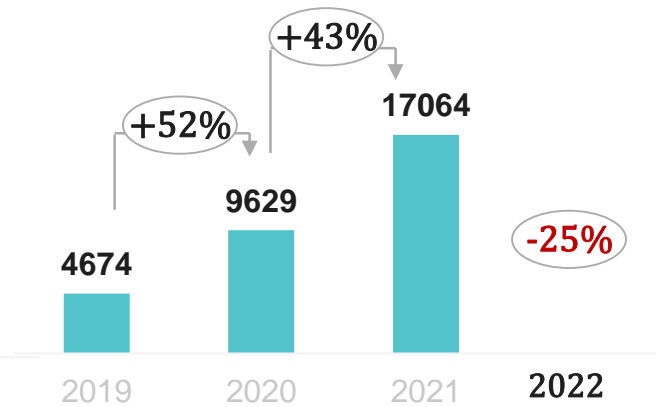
Материальность (tangibles)	3,02	4,5	-1,485
Надежность (reliability)	2,77	4,5	-1,735
Убежденность (assurance)	3,05	4,5	-1,45
Отзывчивость (responsiveness)	2,83	4	-1,175
Сочувствие (empathy)	3,27	4	-0,73

МЕДСИ НА РЫНКЕ ЭКСПОРТА МЕДУСЛУГ

Динамика выручки, все каналы, млн. руб.



Количество иностранных пациентов, все каналы



Доноры иностранных пациентов 2021 г.

13,33%	10,63%	10,58%	6,45%	5,85%	3,17%	2,89%	2,63%	2,20%	2,07%
							МОЛДОВА, РЕСПУБЛИКА		
БЕЛАРУСЬ	УКРАИНА	КАЗАХСТАН	УЗБЕКИСТАН	КИТАЙ	ТАДЖИКИСТАН	КИРГИЗИЯ	2,25%	2,06%	1,89%
							АРМЕНИЯ		
				2,97%	2,68%	2,28%	2,25%	1,99%	1,46%
				КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	ФРАНЦИЯ	ГЕРМАНИЯ	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	ПОЛЬША	ВЬЕТНАМ

Коррекция стратегии экспорта медицинских услуг



Адаптация продуктов к изменившимся условиям

- Продвижение конкретного продукта и услуги
- Рекламная поддержка совместных акций с партнерами в целевом регионе
- Тестирование и обновление описаний продуктов
- Централизация образа конкретных врачей

Маркетинг и реклама

- Поиск новых недорогих каналов коммуникации с пациентами и медагентами
- Переход к InBound маркетингу – контент важнее узнаваемости
- Максимальная вовлеченность в разработку контента всех сотрудников

Развитие персонала

- Мотивационная поддержка персонала
- Дополнительное обучение по стресс-менеджменту
- Регулярные штабы по решению текущих задач
- Все сотрудники клиники знают основные приоритетные задачи

Сервис и развитие новых методов лечения

- Объяснение ценности и роли каждого участника процесса оказания помощи
- Подготовка к сертификации (разбор материалов, тестирование)
- Изучение опыта других компаний, а также смежных отраслей
- Поиск и развитие новых услуг для экспорта





ЛАЗАРЕВ Евгений Николаевич

РУКОВОДИТЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ОТДЕЛА
АО ГК «МЕДСИ»



Электронная почта: lazarev.en@medsigroup.ru

Телефон: +7 965 209 07 59



cito@medsigroup.ru



+7 495 780 77 54