

КАК ГАРАНТИРОВАННО УВЕЛИЧИТЬ
ПРОДАЖИ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В КРИЗИС



ПРИБЫЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ БИЗНЕС

Алексей Михайлов

Алексей Владимирович Михайлов

Прибыльный медицинский бизнес

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=12487436
ISBN 9785447433536*

Аннотация

Почему некоторые медицинские центры становятся процветающими и зарабатывают миллионы, а другие, несмотря на свой опыт и знания врачей, получают копейки, и в конце концов, закрываются? В чем секрет их успеха? Эта книга о том, как вывести свой медицинский центр на новую финансовую высоту. В ней рассматриваются маркетинговые инструменты, которые гарантированно позволят вам заработать значимо больше денег. Данное издание можно использовать как инструкцию к действию, по принципу «бери и делай».

Содержание

| | |
|--|----|
| Введение | 7 |
| Глава 1. Как получить максимальную прибыль от медицинского центра | 15 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 18 |

Прибыльный медицинский бизнес Как гарантированно увеличить продажи в кризис Алексей Владимирович Михайлов

© Алексей Владимирович Михайлов, 2015

© Вера Филатова, дизайн обложки, 2015

Создано в интеллектуальной издательской системе
Ridero.ru

Почему некоторые медицинские центры становятся процветающими и зарабатывают миллионы, а другие, несмотря на свой опыт и знания врачей, получают копейки, и в конце концов, закрываются? В чем секрет их успеха? Эта книга о том, как вывести свой медицинский центр на новую финансовую высоту. В ней рассматриваются маркетинговые инструменты, которые гарантированно позволят Вам заработать значимо больше денег. Данное издание можно ис-

пользовать как инструкцию к действию, по принципу «бери и делай». Приёмы, изложенные в данной книге, неоднократно проверены самим автором и его коллегами и друзьями, многие из которых существенно увеличили свой доход, благодаря описанным в книге методикам.

Прочитав эту книгу, Вы узнаете:

– Как получить максимальную прибыль от своего медицинского центра

– Выстроите свою систему работы с персоналом и создадите стабильную команду

– Узнаете, как сделать сайт основой маркетинговой стратегии медицинского центра

– Научитесь собирать и обработать информацию о посетителях сайта

– Разберётесь, как не слить рекламный бюджет и вложить деньги в рекламу с гарантированной отдачей

– Научитесь на годы удерживать до 80% клиентов медицинского центра

– Построите систему управления взаимоотношениями с клиентами и напоминания о себе

– Научитесь сегментировать базу клиентов и узнаете, как повысить конверсию

– Поймёте, как в течении недели поднять выручку медицинского центра минимум на 10%

– Научитесь ставить продажи услуг медицинского центра

на автопилот

– **Узнаете, как правильно планировать работу медицинского центра**

– Разберётесь, как анализировать получаемую из бизнеса информацию

– **Научитесь определять важнейшие цели медицинского бизнеса своей клиники**

– Выработаете свою стратегию роста медицинского бизнеса и поймёте, какие опасности грозят Вашему бизнесу

– **Разберёте этапы развития бизнеса медицинского центра**

и многое, многое другое....

Введение

Почему именно медицинский бизнес? На сегодняшний день в Российской Федерации сложилась кризисная ситуация в экономике, в жизни общества, поэтому многие сферы деятельности в России «просели» очень сильно, «просели» с экономической точки зрения. Доходы у населения очень сильно и значимо упали. И население не спешит тратить свои денежные средства, имеющиеся в наличии, на различные товары: на автомобили, на новую мебель, в том числе, на различные услуги. Многие люди стали экономить на услугах, что-то делать по дому сами – соответственно, финансово просел и сектор услуг. Люди, которые хотели купить новые автомобили, не покупают их, а ремонтируют старые машины, на которых и ездят. А зачастую приходится сталкиваться с ситуацией, когда люди экономят на продуктах питания. К чему я всё это? Вроде бы Вы, уважаемый читатель, купили книгу про медицинский бизнес. Смею предположить, что если Вы владелец или руководитель медицинского центра, острых финансовых проблем у Вас нет.

В то же самое время, в любые времена, как бы не было тяжело с экономической точки зрения *люди будут лечиться*. Люди будут готовы платить деньги за свое здоровье, потому что, если у человека нет здоровья, у человека нет ничего. Ему не нужны деньги, ему не нужно финансовое бла-

гополучие, благосостояние, новый автомобиль, лучшие продукты питания и так далее...

С этой точки зрения медицинский бизнес является, можно сказать, вечным бизнесом. В то же самое время, этот бизнес позволяет получить очень хороший доход при одном условии: при условии грамотного ведения медицинского бизнеса.

Так уж сложилось в Российской Федерации, что правильно вести медицинский бизнес на сегодняшний день могут единичные клиники. Почему? Потому что на кафедрах управления здравоохранения учат так называемым нормативам: нормативам численности персонала, нормативам коечного фонда. Читают лекции, очень хорошие лекции, про демографическую ситуацию, про ситуацию в медицине, но в основном все лекции ориентированы на управленцев здравоохранения в государственном секторе экономики.

В то же самое время, многие частные клиники остро нуждаются в грамотных управленцах, в квалифицированном менеджменте, который позволит выжимать из инвестиций в эти клиники максимальную отдачу. Зачастую медицинскими центрами управляют их основатели – врачи, которые поставлены в неловкую ситуацию: с одной стороны он доктор, с другой – с момента открытия клиники должен стать предпринимателем. Такой диссонанс не всегда укладывается в голове у докторов, особенно тех, которые только начинают свой путь в медицинском бизнесе.

На этом фоне данная книга будет особенно ценна руководителям как небольших медицинских центров, так и больших частных медицинских клиник совершенно разного профиля деятельности, совершенно разной направленности. Поскольку в данной книге содержится выжимка информации относительно грамотного ведения медицинского бизнеса, квалифицированного управления медицинской клиникой, которая гарантирует собственнику максимальную отдачу на вложенный капитал.

Необходимо отметить, что медицинский бизнес – это достаточно сложный вид деятельности, особенно на фоне нестабильного законодательства. Все начинается с трудностей при получении лицензии, медицинской лицензии. Саму по себе медицинскую лицензию получить довольно сложно в плане документального оформления.

Тем не менее, на сегодняшний день есть компании, которые готовы за определенную плату оформить медицинскую лицензию. Многие собственники прибегают именно к такому решению. Но процесс получения медицинской лицензии находится за рамками данной книги. В этой книге мы не коснемся и вопросов выбора помещения под медицинскую клинику, равно как и закупки оборудования для клиники. Данная книга не для «технарей», скорее она позволит Вам с самого начала существования Вашего медицинского центра правильно построить взаимоотношения со своими клиентами (пациентами) и получить максимальную от-

дачу на вложенный капитал. Вы научитесь не просто зарабатывать (смею предположить, что многие из Вас уже зарабатывают деньги), но значимо поднять выручку медицинского центра и видеть направление его развития.

Кроме того, одной из трудностей ведения медицинского бизнеса в Российской Федерации является проблемы с кадрами. На самом деле, эта проблема выходит далеко за отрасль именно медицинского бизнеса как такового. Данная проблема на сегодняшний день остро стоит в совершенно разных отраслях медицинской деятельности. Так, у автора данной книги есть несколько бизнесов в разных сферах, но кадровый дефицит ощущается во всех этих бизнесах. В то же самое время, хочу отметить, что кадровый дефицит в медицинском бизнесе стоит особенно остро, поскольку хороший врач – это штучный товар. И связано это именно с процессом подготовки врача, поскольку для подготовки даже начинающего специалиста, необходимо потратить как минимум 7—8 лет обучения. Это 6 лет обучения в медицинском университете и один-два года обучения в интернатуре и ординатуре. На выходе мы получим начинающего (!), неопытного специалиста, которому для того, чтобы стать настоящим врачом, надо как минимум, еще 5 лет практики!

Более того, законодательство на сегодняшний день значительно меняется. И не исключено, что через один-два года с момента издания этой книги процесс последипломной подготовки врачей еще более усложнится, вплоть до 5 лет. Поэто-

му кадровый дефицит является одним из главных факторов, который будет тормозить развитие частного медицинского бизнеса в Российской Федерации.

На наших интернет-семинарах мы будем подробно разбирать, каким образом правильно решать проблемы кадрового дефицита в вашем бизнесе.

Кроме того, одной из существенных трудностей в развитии медицинского бизнеса является проблема долгого старта. С момента учреждения юридического лица и до момента начала работы может пройти от двух-трех месяцев и до полугода, поскольку длительным является процесс получения лицензии на медицинскую деятельность, согласование норм санэпидемстанции, процесс подбора и найма медицинского персонала, и закупки оборудования.

В это время собственнику бизнеса приходится исходно сделать ремонт помещения за свой счёт, затем оплачивать арендную плату. Таким образом, до полугода собственник бизнеса, ничего не получая, постоянно вкладывает деньги в медицинскую клинику. А если прибавить к этому неумение многих собственников и руководителей от здравоохранения выстроить надёжную цепочку клиентов в медицинский бизнес, становится понятно почему через 6 – 12 месяцев после открытия, многие клиники просто разоряются и закрываются.

И тенденция последних лет такова, что медицинский бизнес очень сложный с точки зрения правового регулирования.

Мало того, что сложности заключаются в большом количестве законов и приказов. Многие пациенты в последнее время нацелены не на мирное урегулирование возникших в процессе лечения проблем с медицинской клиникой, а походу в контролирующие органы – Росздравнадзор, Министерство здравоохранения, Роспотребнадзор, Прокуратуру – для написания жалоб и подачи гражданско-правовых исков в суд (иногда и уголовных исков в суд), с целью получения денег с медицинской организации.

К сожалению, автор вынужден признать, что зачастую эти жалобы правомерны, поскольку в частной медицинской организации, руководитель не способен по тем или иным причинам разрешить жалобу в досудебном порядке. И связано это зачастую с тем, что руководитель не знает, каким образом решить вопрос с юридической точки зрения, поскольку не обладает знаниями о путях решения проблемы и возможных последствиях её не решения для возглавляемого им медицинского бизнеса.

Я помню, как сам начинал свой первый медицинский бизнес в 2007 году, с какими трудностями мне пришлось столкнуться. В то время не было практически никакой информации о том, как строить медицинский бизнес. До многих вещей мне приходилось доходить самостоятельно: что-то читал в зарубежной литературе, что-то брал из общей теории маркетинга и менеджмента. А учитывая, что я был простым врачом, пришлось получить дополнительное образова-

ние по специальности «финансы и кредит». И построение бизнеса было сопряжено с постоянными взлётами и падениями. А каждый шаг сопровождался штурмом книг, интернета и тестированием полученных знаний на практике. В итоге, из сотен изученных и проверенных приёмов я выделил несколько десятков, которые упаковал в «базис-треугольник медицинского бизнеса».

Всегда, когда я следовал законам этого треугольника в построении медицинского бизнеса, мне сопутствовал успех! И если Вы, уважаемый читатель пойдёте по моему пути, я уверен, что добьётесь успеха в любой области медицинского бизнеса.



В данной книге изложена важнейшая часть составляющих данного треугольника, без которых построение успешного медицинского бизнеса не возможно.

Автор вложил в книгу часть своего опыта, связанного с максимизацией прибыли медицинского центра. Вопросы, не вошедшие в рамки данной книги, будут рассматриваться в других изданиях автора, которые уже готовятся к публикации. Читайте, внедряйте и получайте гарантированный результат.

С уважением, Алексей Михайлов

Глава 1. Как получить максимальную прибыль от медицинского центра

А теперь, давайте разберёмся в путях поступления денег от продажи услуг на счет медицинского центра. Деньги могут поступать по одному из четырех основных источников.

Источник №1 – источник B2C. **Business to Customer**. То есть, бизнес для конечных потребителей или, в нашем случае, для физических лиц. Физические лица являются одним из основных потребителей услуг медицинской клиники. Почему? Потому что продавать медицинские услуги физическим лицам очень просто ввиду того, что получать медицинскую помощь в государственных клиниках не всегда удобно для граждан.

Другими словами, в государственных клиниках пациент действительно имеет право на бесплатные медицинские услуги, по полису ОМС. Но, в то же самое время, в государственных медицинских учреждениях, пациент для того, чтобы получить эту самую бесплатную медицинскую помощь, вынужден долгое время провести в очередях. Особенно это касается помощи узких специалистов. Зачастую это связано с тем, что узкие специалисты получают невысокое материальное вознаграждение в государственной системе здра-

воохранения. И, таким образом, практически в любой поликлинике, наблюдается дефицит узких специалистов.

Одна моя знакомая жалуется, что невозможно вызвать на дом педиатра: она вынуждена звонить в поликлинику в 7.45 утра, потому что позднее вызвать врача на дом просто нереально. А недавно в регистратуре поликлиники ей заявили, что врач на дом к ребёнку с температурой 38,5 прийти не может, т. к. врачи из поликлиники уволились, а оставшиеся не успевают.

Другая знакомая утверждает, что ей отказали в поликлинике записаться к кардиологу, мотивируя это тем, что запись производится только по понедельникам с 8.00 до 10.00. Вы всё еще не верите? Просто прогуляйтесь в ближайшую поликлинику!

Поэтому граждане очень охотно идут в коммерческие медицинские центры. Это касается не только стоматологических медицинских клиник, но также это касается и медицинских клиник общесоматического профиля. При этом спросом пользуются услуги терапевта, кардиолога, невропатолога, эндокринолога и массы других узких специалистов.

В то же самое время многие медицинские центры имеют какую-то строго определенную направленность. Ну, например, исключительно терапевтическая направленность, где в одном кабинете ведут прием сразу несколько специалистов по очереди. Особенно это характерно для небольших медицинских клиник, которых в нашей стране в последнее время

открывается достаточно большое количество.

Кроме того, граждане очень активно идут на прием в частные медицинские центры по той простой причине, что это удобно: медицинская помощь оказывается в непосредственной близости от дома и в удобное для пациента время.

Также, граждан привлекает возможность позвонить и лично поговорить по телефону с врачом, обсудив свои проблемы – попробуйте получить подобный сервис в государственной поликлинике. Врач частной медицинской клиники зачастую становится лечащим врачом пациента на долгие годы, особенно при правильно выстроенной руководством медицинского центра системе работы с пациентами. И пациент становится верным источником прибыли для клиники на долгий промежуток времени.

Второй источник дохода

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.