|  |  |
| --- | --- |
|  | Виват Здоровье», Маркетинговое агентство санаториевБолее 15 лет работы в санаторно-курортном маркетинге129515, г. Москва, ул. Академика Королева, д.13,оф.894, +7(495)-762-08-85, [www.vivat-zdorovie.ru](http://www.vivat-zdorovie.ru), vivat-zdorovie@mail.ru, ИНН 540953709762, ОГРНИП 311774620000557 |

Как заполнять анкету для оценки эффективности коммерческой деятельности санатория.

Для того чтобы узнать уровень эффективности коммерческой деятельности вашего санатория, а затем и место в рейтинге среди российских санаториев, прошедших данное анкетирование, вам нужно заполнить анкету. В ней около 300 коротких вопросов. Многие из них предполагают выбор ответа из предложенных вариантов.

# Что Вы получите после заполнения анкеты?

На основании анкеты наши специалисты проведут краткий анализ эффективности коммерческой деятельности вашего санатория и дадут свои рекомендации по её оптимизации. А также оцифруют результат в соответствии с нашей внутренней шкалой эффективности. И вы увидите, на каком месте оказался ваш санаторий среди других здравниц, прошедших анкетирование. Через год вы можете провести анализ ещё раз и увидеть, на сколько баллов подросла эффективность коммерческой деятельности вашего санатория.

# Что из себя представляет данное анкетирование?

К тому, чтобы разработать данную модель анкетирования, мы шли долгие 15 лет! За эти годы было множество проектов модернизации коммерческих служб санаториев. Самое интересное, что все объекты были очень разные: разная форма собственности, ведомственное подчинение, уровень развития организационной культуры, оснащённость, финансовые показатели- всё было настолько разное, что, казалось бы, каждому из них нужна своя программа развития.

Но когда количество проанализированных объектов перевалило за несколько десятков, то стало очевидно, что все анализируемые данные достаточно типовые. И план действий зависит лишь от их комбинации. А самое интересное в том, что претворение этих действий ВСЕГДА! приводит к росту продаж услуг санаториев и не требует глобальных инвестиций.

# От чего НЕ зависит результат анкетирования?

* От формы собственности,
* От ведомственной подчиненности
* От качества ремонта и стоимости используемого оборудования
* От региона
* От наличия природных лечебных факторов
* От любых других внешних факторов, на которые не может повлиять команда управленцев

# От чего зависит результат анкетирования?

* От качества организации и уровня автоматизации ключевых бизнес- процессов
* От качества организации работы отдела бронирования
* От качества оказания медицинской помощи по фокусному направлению
* От других факторов, не требующих значительных инвестиций и на которые может повлиять команда управленцев

##

# **Задачи анкетирования**

## Задача 1. Оцифровать эффективность коммерческой деятельности санаториев.

Всем известно- управляемо лишь то, что измеримо. Поэтому, без цифр никак!

## Задача 2. Дать собственникам и руководителям санаториев рычаг для увеличения продаж и рентабельности.

По результатам данного анкетирования можно легко составить план действий для повышения эффективности коммерческой деятельности. Ведь на 80% она состоит из шаблонных мероприятий, которые просто надо сделать! И успех вам гарантирован, а время и деньги вы сильно сэкономите.

## Задача 3. Использовать рыночные тенденции.

Вы знаете, что сегодня лишь 4% населения России ездит в санатории? Причем, эта статистика не меняется уже много лет.

Это означает, что 96% россиян в санатории НЕ ездит. Почему?

**Ведь потребность в санаторно-курортном лечении с годами только растет. Для этого есть три главные причины:**

* **Население стареет. А основу целевой аудитории санаториев составляют люди 40-70 лет. За последние 100 лет доля населения России в возрасте от 45 лет и старше выросла с 17,4% до 46,3%.**
* **Растет заболеваемость. Особенно растет количество хронических больных.**
* **В современной модели здравоохранения хроническим пациентам уделяется всё меньше внимания, предпочтение отдается высокотехнологичным и фармакологическим методам лечения. А ведь санатории созданы в первую очередь для лечения именно хронических пациентов.**

**Таким образом, очевидно, что объективно для санаториев сейчас пора расцвета.**

## Задача 4. Сделать санатории более предсказуемыми для клиентов и, как следствие, привлечь новых клиентов в санатории.

1. Так почему же в санатории ездит лишь 4% россиян, хотя реальный размер аудитории (люди, которые имеют потребность в санаторно-курортном лечении и могут за него заплатить) составляет как минимум 13-15% населения России?

Исследование показало, что главной причиной отставания санаторно-курортной отрасли в завоевании рынка стало следующее. **Люди перестали воспринимать санатории, как место, где действительно лечат.** Ну не верят люди, что в санатории можно что-то вылечить! Вот ведь досада. За многие десятилетия продвижения санаториев как туристических объектов, медицинская составляющая выветрилась из головы потенциальных потребителей!

1. За последние 20 лет кризиса в санаторно-курортной отрасли произошло существенное расслоение санаториев по качеству оказания медицинских услуг. Сегодня санаторием называется и объект, который имеет лечебную базу, ограниченную терренкуром и физиокабинетом с устаревшим оборудованием, и крупная здравница, оснащенная самым современным диагностическим и лечебным оборудованием, с большим штатом высококлассных врачей, узких специалистов.

**Санатории сегодня не предсказуемы ни для клиентов, ни для партнеров!** И все усилия различных государственных и негосударственных структур ввести в отрасли хоть какую-то систему и стандартизацию пока с треском проваливаются. А это ОЧЕНЬ нужно, чтобы клиенты в нас поверили!

**Отсутствие выраженного медицинского профиля санатория**. Ввиду отсутствия четких критериев оценки, санатории заявляют в качестве основного медицинского профиля те услуги, которые они не в состоянии оказать на должном уровне ввиду отсутствия специалистов, технологий, оборудования. Да и **подбор санатория для конкретного пациента становится весьма сложным, а качество оказанных услуг непредсказуемым.**

**Результатом же некорректного подбора санатория становится то, что** пациенты не удовлетворены эффективностью лечения и качеством оказания медицинских услуг, а санатории получают непрофильных пациентов, которым не могут оказать медицинскую помощь в необходимом объеме. **Всё это приводит к уменьшению авторитета санаторно-курортного лечения и уменьшению рынка санаторно-курортных услуг.**

# Контакты для записи на консультацию по вопросам анкетирования:

+7(495) 762-08-85

Сюда же присылайте заполненную анкету.

Желаем вам удачной работы и благодарных клиентов!

manager.vivat@mail.ru

С уважением,

Коллектив маркетингового агентства санаториев «Виват Здоровье», г. Москва