Система клиентского сервиса

Надежда Федулова

Здравница, 2019



Осебе

Федулова Надежда Николаевна
Руководитель
Агентства медицинского консалтинга ZERTS
К.м.н., МВА

Врач – 20 лет хирургического стажа К.м.н. Ассистент кафедры госпитальной хирургии №1 РГМУ

Коммерческая медицина – 20 лет

- MБА
- Более **30 проектов** по открытию и управлению
- Более 50 проектов аудиты

www.fedulovann.ru +7 (926) 289 64 55

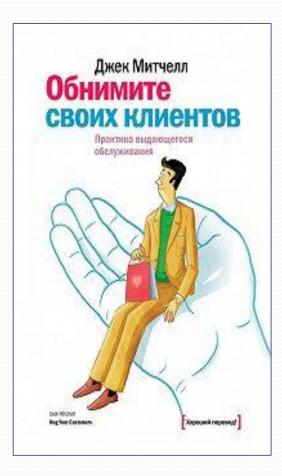
Актуальность

- 1. Низкая производительность труда и низкая доходность санаториев **не более 5-8**%
- 2. Обострение борьбы за клиента в современных условиях
- 2. Джон Шоул гуру в области культуры сервиса: лидеры в сервис услугах увеличивают стоимость своих компаний на 100-400% и более
- 3. Потребители хотят взаимодействия с человеком. 85% респондентов предпочитают общаться с реальным человеком, а не с чат-ботами
- 4. 66% населения мира имеют мобильные телефоны, тренд на увеличение

Первый шаг, чтобы изменить свою ментальность











Основные задачи для повышения уровня сервиса

ЦЕЛЬ:

- Конкурентное преимущество

ЗАДАЧИ:

- Оценить уровень сервиса в клинике
- Разработать план по внедрению системы сервиса
- Определить алгоритм работы

ЦЕННОСТЬ для пациента:

- Забота
- Комфорт
- Дружелюбие

Ожидаемый Результат



ПАЦИЕНТЫ



- > довольные
- > постоянные
- ▶ ПОКУПАЮЩИЕ Чаще, Больше, Дороже
- **РЕКОМЕНДУЮЩИЕ**

Почему говорим о сервисе, когда нужно говорить о маркетинге

МАРКЕТИНГ

- Внешний
- Внутренний

СИСТЕМА СЕРВИСА - ГДЕ?

Исследование Mayo Clinic

- 50% пациентов после приема не понимают, что сказал врач
- Врачи прерывают пациентов **спустя 18 секунд** от начала приема

Удовлетворенность пациентов

КЛИНИКИ	ПАЦИЕНТ УДОВЛЕТВОРЕН	ПАЦИЕНТ НЕДОВОЛЕН
ЧАСТНЫЕ	51%	13%
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ	31%	42%

Примечание: данные РБК 2018

Ожидания пациентов



Клиентский сервис* в медицине

Медицинская помощь

Сервис



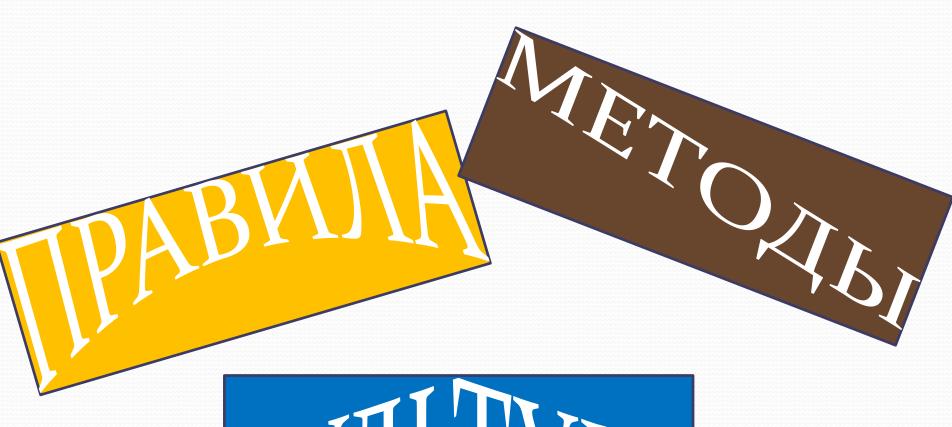
ЧТО ДЕЛАЕМ Деятельность персонала **КАК ДЕЛАЕМ Отношение и поведение**

Затраты на систему сервиса



ИНВЕСТИЦИИ в будущее клиники

Условия для сервиса



KYJBTYPA

Правила и методы

ПРАВИЛА:

- Порядки
- Регламенты
- Инструкции

МЕТОДЫ (один из)

- ПЯТЬ ШАГОВ:

- Выслушайте жалобу клиента
- > Принесите искренние извинения
- Сделайте все, чтобы решить проблему клиента
- Поблагодарите клиента за жалобу
- > Запишите жалобу

Культура

- Ясное видение
- Эффективные коммуникации
- Годы упорства и настойчивости
- Удача



Медицина глазами пациента

Для Пациента Качество медицинской услуги складывается из двух факторов:

- **Результат обращения** Пациента в Клинику (помог врач или нет?)
- Впечатления Пациента (было просто, понятно, быстро и комфортно?)

Пациент формирует впечатления по тому, как Врач с Пациентом общается и каков сервис в Клинике в целом

Story Telling - Fb

- Пришла в назначенный день в операционную на ватных ногах. Хотелось убежать.
- Хирург с медсестрой выполняют операцию.
- Начинает звонить моб.телефон хирурга. Хирург с медсестрой обсуждают, кто звонит и зачем. Я понимаю, что они отвлекаются от меня... Думаю, что сейчас они что-то важное пропустят.
- Открывается дверь. Заходит незнакомый мне врач. В руках документы на подпись. Врачу нужна подпись хирурга.
- Между ними происходит диалог на тему, когда же хирург освободится.
- Чувствую, что мешаю им. И все это в разгар операции... на мне
- К чему это я? К теме уважения к чувствам пациента. Руки, наверное, у хирурга золотые. Я как пациент не знаю этого точно. А вот всё, что вокруг мед.услуги большой вопрос

Зачем предлагаем сервис

- Отличает нас от других компаний
- Это хороший маркетинг
- Заставляет пациентов возвращаться
- Улучшает финансовые результаты
- Повышает привлекательность компании для сотрудников
- Привлекает в компанию лучших людей
- Это проще, чем работать с последствиями
- Так нужно поступать

Почему сервис сложно реализуется?

- Нас этому не учили
- Мы к нему не привыкли
- Это не ценят те, кто работает не в услугах
- Успех в бизнесе и сервис разная ментальность
- Это несправедливо
- Много красивых слов, мало дела
- Мотивация не поощряет сервис
- Компания не знает, что такое сервис

Клиентский сервис как процесс Методика реализации



Работа с пациентом до визита

Что анализируем	Как оцениваем	Как измеряем
 Работа сайта Бронирование Покупка путевки Отзывы 	 Доступность информации: аудит сайта, тестирование контента Аналитика сайта Конверсия сайта Репутация на рынке 	 Аналитика по сайту Дозвон в колл-центр Качество работы call-центра по заданным параметрам Конверсия звонков в визит / продажу

Как пациент попадает к Вам



Эффективные инструменты продвижения клиники

Увеличить поток первичных пациентов

Увеличить повторные обращения

Снизить стоимость 1 пациента (затраты на привлечение)

Успешный сайт – сделан для людей

- Привлекательный для пациента
- Конкурентные преимущества
- Интересный и читаемый текст
- Комфортный и удобный в навигации
- Корректный в работе
- С ценами на услуги
- С хорошими фотографиями врачей и описанием врачей и методик
- С понятным текстом (минимум медицинских терминов)

Точки продаж в медицине



- Колл-центр
 - Врач

- БРЕНД
- РЕПУТАЦИЯ



Колл-центр



Колл-центр – место где теряем пациентов / выручку / прибыль

Главная задача:

Высокая конверсия звонков в визит (бронь)

Действия:

- □ Подготовка к обучению
- □ Делаем скрипты
- □ Устанавливаем колл-трекинг
- □ Тренинг персонала
- □ Внедряем параметры контроля работы колл-центра
- Регулярный контроль и прослушивание разговоров
- □ Изменение системы мотивации

Что измеряем



- Количество звонков в день
- Количество записанных в клинику /мес
- Количество пришедших в клинику /мес
- Время дозвона
- Время разговора с пациентом
- Соблюдение скрипта
- Итог разговора по телефону
- КОНВЕРСИЯ администраторов



Регулярность в оценке

- ОТЧЕТ по работе администраторов оценка Конверсии
- Скрипты, тексты для приёма звонков и встречи пациентов
- □ Добейтесь, чтобы вам самим нравилось, как с вами по телефону общаются ваши администраторы и как они вас встречают
- Добиться приветливости и участия
- Прослушивайте разговоры выборочно 1 раз в неделю
- Программа «тайный клиент»
- Тренинги по работе с конфликтами
- Оценка удовлетворенности клиентов
- Заведите на сайте раздел «контроль качества»
- □ Тренинги для администраторов и посттренинговая поддержка
- Работа с отзывами

Сквозная аналитика

ЦЕЛЬ

- □ Борьба за каждого клиента
- Сделать расходы на привлечение меньше, но эффективнее

ЗАДАЧИ:

- □ Контроль и учет по всей цепочке
- □ Полная автоматизация процессов

Работа с пациентом во время визита

Что анализируем	Как оцениваем	Как измеряем
 Работа регистратуры Работа персонала Помещение Навигация Стоянка Качество мед. Помощи 	 Оперативность размещения Удобство перемещения Удобство парковки Время ожидания Удовлетворенность пациента рез-том Вид персонала Вежливость Клиент ориентированность Документация по итогам 	 Анкетирование Сheck – листы по персоналу Отчеты из МИС Тайный покупатель

Работа с пациентом после визита

Что анализируем	Как оцениваем	Как измеряем
Обратную связьОтзывыВозвращаемость	Повторные визитыУдовлетворенность пациентаЛояльность	ОпросыОтчеты из МИС

Как двигаемся к цели



От 1,5 лет до ...

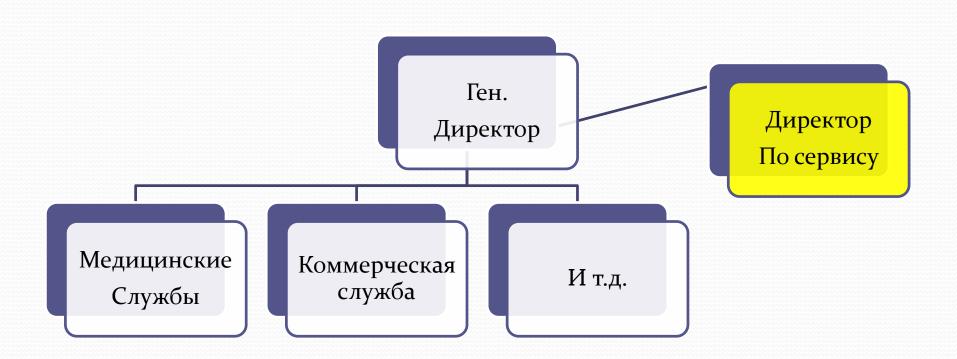


План действий по внедрению

- Приказ по санаторию о работе по сервису и создании рабочей группы (РГ)
- Длительность работы РГ еженедельно
- Руководитель РГ первое лицо клиники / директор по сервису
- Оценка уровня сервиса : внешняя и внутренняя
- Определить ПУТЬ пациента
- Выяснить существование проблем / узких мест
- Разработать критерии оценки и контроля узких мест и персонала
- План устранения проблем
- План усовершенствования
- План непрерывного улучшения
- Опять контроль и опять улучшения до БЕСКОНЕЧНОСТИ

КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС – ЭТО ВОЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ

Управленческая структура



Состав рабочей группы

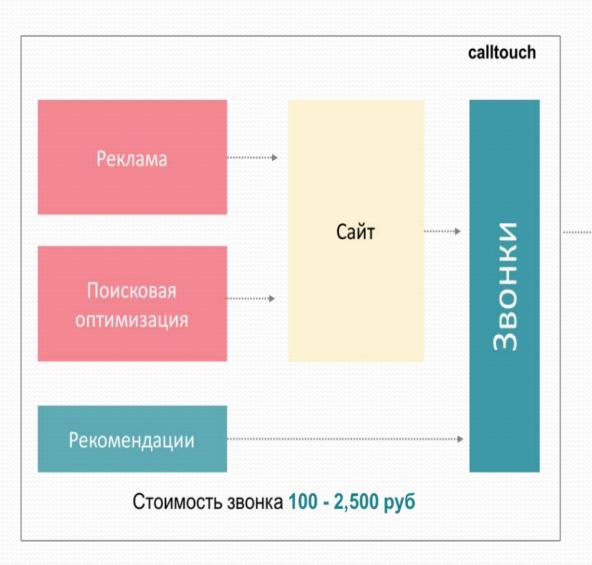
- Первое лицо компании
- Руководитель РГ Директор по сервису
- Руководитель коммерческой службы
- Главный врач
- Зам. главного врача по экспертизе и качеству
- Зам. Директора по Информационным технологиям
- Руководитель колл-центра и рецепции
- Главная медицинская сестра
- Руководители отделений
- Руководитель службы HR

Кто отвечает за сервис





А может такой?





Неэффективный администратор

Потеря клиента

Еще про «узкие места» сервиса в медицине:

Облик кабинетов и коридоров

Как Вы думаете, это сервис?









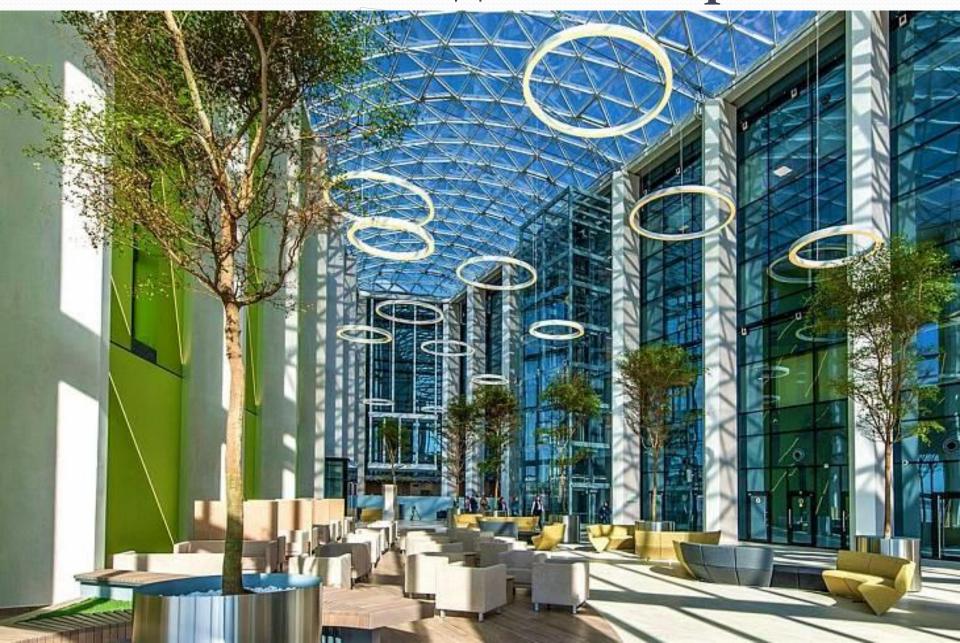
Клиентские зоны



Педиатрия



Клиника в Хадассе - Израиль



Узкие места сервиса в медицине:

Облик команды



С Пациентом работает НЕ один врач, а вся Клиника

Команда ПКМЦ







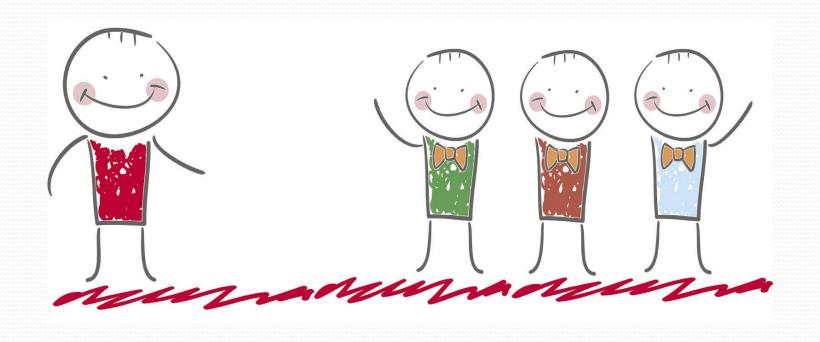






Германия





Желаю построить компанию с высоким уровнем сервиса



Помните! Сервис – это впечатление!!!

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



fedulovann



+7 (926) 289 64 55



fedulovann@gmail.com