|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| IMC | images (1) | KC_log |
| **Россия. Г. Владивосток, ул. Русская 17-908. т. 4232 766710, e-mail:** [**flagman-14@mail.ru**](mailto:flagman-14@mail.ru) | | |

Уважаемые коллеги!

**1-2июля 2014 г.**в **г. Владивостоке**

состоится 2-х дневный семинар-практикум:

**«ЭФФЕКТИВНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ МЕДИЦИНСКОЙ КЛИНИКИ»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Организаторы:** | **Консалтинговое агентство IMCommunications и Бизнес-школа ФЛАГМАН** |
| **Партнеры:** |  |
| **Курс проводит:**  img2 | КАЛЬДИН Константин Михайлович Образование – МГУ им. Ломоносова  Профессиональный консультант по управлению (с 2000 года), специализации – эффективное управление медицинскими предприятиями, добровольное медицинское страхование (ДМС), разработка эффективных медицинских концепций.  Большой опыт проектной работы, разработано и внедрено большое количество эффективных бизнес решений, 8 лет реального управления медицинскими клиниками.  С 2000 по 2003 года работа консалтинговой компании DMG (Москва). Разработка и внедрение модели управления эффективностью ЛПУ, в том числе с помощью IT-решений. Реализовал более 20 проектов по России.  С 2003-2009. – заместитель Генерального директора GeorgeDentalGroup. Руководство следующими внутренними проектами: реструктуризация и автоматизация бизнес процессов компании; выход компании на рынок ДМС; разработка системы привлечения и удержания клиентуры. Осуществление оперативного руководства.  С 2005-2009. – руководитель проекта «Медицинские центры George в Приморском крае». Разработка концепции сети поликлиник, руководство проектами поликлиник в Уссурийске и Владивостоке.  2009-2011 г. Работа в крупных сетевых медицинских проектах: «Медси» (Москва) и другие.  2010 – н.в. – Независимый директор группы медицинских компаний George и GeorgeDentalGroup (Приморский край).  В 2011 году основал собственную консалтинговую компанию ООО «КальдинКонсалтинг» ([www.kaldin.ru](http://www.kaldin.ru))  С 2009 года – активная преподавательская деятельность. Является штатным лектором компаний ЦНТИ Прогресс, Медикал Консалтинг Групп, СтомПорт, медицинский МБА (в МИРЭА, Москва). Проводил семинары в городах Москва, Санкт-Петербург, Киев, Казань, Самара, Красноярск, Иркутск, Хабаровск, Владивосток. |

|  |
| --- |
| Время проведения: |
| 09.00-10.00 Регистрация участников |
| 10.00 – 19.00 Семинар |

**На кого ориентирован семинар:**

1. **Директоров медицинских клиник**. Цель – улучшить качество управления клиникой и приобрести новые знания и навыки;
2. **Собственников клиник**. Цель – понимание того, как добиться от управляющего максимальной эффективности.
3. **Инвесторов и врачей, планирующих открыть собственные клиники**. Цель – приобрести технологии управления клиникой и понимать задачи, которые следует ставить управляющим.

**Программа**

**Часть 1. Как определить потенциал клиники?**

1. Роль концепции клиники и ее влияние на будущие доходы.
2. «Точки роста». Как правильно их искать?
3. Диагностика эффективности работы клиники. Оценка эффективности по трем критериям: привлечение пациентов, «удержание» пациентов, оценка финансового потенциала клиники.
4. Как правильно рассчитать финансовый план клиники.
5. Роль директора клиники в оптимизации финансовых показателей.

**Часть 2. Маркетинг медицинской клиники**

* + 1. Главные особенности медицинского маркетинга.
    2. На кого идет пациент: «на клинику» или «на врача»? Как минимизировать отток пациентов в случае увольнения доктора?
    3. Структура и особенности спроса на медицинские услуги.
    4. Ценообразование;
    5. Оценка клиники относительно конкурентов;
    6. Почему должны лечиться именно в вашей клинике?
    7. Сервис в медицинской клинике – важное конкурентное преимущество. Критерии хорошего сервиса. Как должны работать сотрудники, чтобы пациенты были довольны сервисом? Роль врачей, администраторов и среднего медицинского персонала.
    8. Как на самом деле работает реклама медицинских услуг? Что можно получить в результате больших вложений в рекламу? Как эффективно рекламировать клинику при минимальном бюджете?
    9. Роль скидок на медицинские услуги.
    10. Эффективны ли специальные акции?
    11. Как минусы превратить в плюсы? Проблемные пациенты, информированное согласие, врачебные ошибки.
    12. Коммуникации с внешней средой.
    13. Как эффективно управлять «сарафанным радио».
    14. Роль директора клиники в маркетинге.

**Часть 3. Продажи медицинских услуг**

1. **Продажи медицинских услуг наличным пациентам;**
   1. Что предпочтительнее – продажи «разовых» услуг или комбинированных программ;
   2. Как продавать «разовые» услуги;
   3. Как продавать и где продавать комбинированные программы;
   4. Роль ЛПУ-партнеров;
   5. Как взять под контроль «сарафанное радио»;
   6. Яркие примеры успешных продаж
2. **Продажа медицинских услуг страховым компаниям**
   1. ДМС – в чем его суть?
   2. Как добиться того, чтобы страховые компании продавали именно Вашу клинику?
   3. Как конкурировать с известными клиниками на рынке ДМС;
   4. Как ЛПУ портят отношения со страховой компанией?
   5. Стоит ли снижать цены на услуги?
   6. Эффективны ли «откаты» страховым компаниям?
   7. Как эффективно работать по фактовым и авансовым программам? Оценка рисков.
   8. Немного о ДМС для физических лиц и роли страховых компаний.
3. **Продажи медицинских услуг корпоративному клиенту**
   1. В чем плюсы и минусы страховых компаний для корпоративного клиента? Как их эффективно использовать?
   2. Как одновременно сотрудничать и конкурировать со страховыми компаниями в борьбе за корпоративного клиента?
   3. Как продавать узкоспециализированные ЛПУ? Например, стоматологии.
   4. Риски прямых договоров;
   5. Интересные примеры продаж на ДМС и корпоративном рынке.
4. **Роль директора клиники в продажах услуг.**

**Часть 4. Управление внутренней эффективностью**

1. «Лечим людей или занимаемся бизнесом?» Нужно ли связывать эти 2 понятия?
2. Как достичь максимальной эффективности работы врачей?
3. Как достичь максимальной эффективности работы администраторов?
4. Эффективная мотивация Главного врача и управляющего клиникой.
5. Мотивация сотрудников, материальное и нематериальное стимулирование. Нужно ли «привязывать» средний и младший персонал к выручке клиники?
6. Бюджетирование клиники: планирование потока денежных средств на год, управление платежеспособностью клиники, практические рекомендации, как начать планировать финансовые потоки прямо сейчас.
7. Управление издержками.
8. Роль директора клиники в процессе управления внутренней эффективностью.

**Часть 5. Заключительная.**

1. Подведение итогов семинара, основные выводы.
2. Ответы на вопросы участников, тезисное раскрытие дополнительных тем, которые интересны участникам (например, автоматизация клиник, старт-апы и другие темы).

*По окончании курса выдается сертификат*

Место проведения: Уточняется

Стоимость: 25 000 руб.

**В стоимость включено:**Посещение семинара-тренинга, 2 кофе-брейка в день, обеды.

**ВНИМАНИЕ: Количество мест на семинар ограничено! Запись уже ведется!**

Для записи необходимо связаться с нами: т/ф (423) 2766710

Контактное лицо: Астахова Наталия Николаевна т –(4232)720-772e-mail: flagman-14@mail.ru

***Существуют скидки, подробную информацию узнавать у менеджеров компании***