Бизнес-журнал

С°К'О"

санаторно-курортная отрасль

№3(33) I 2017

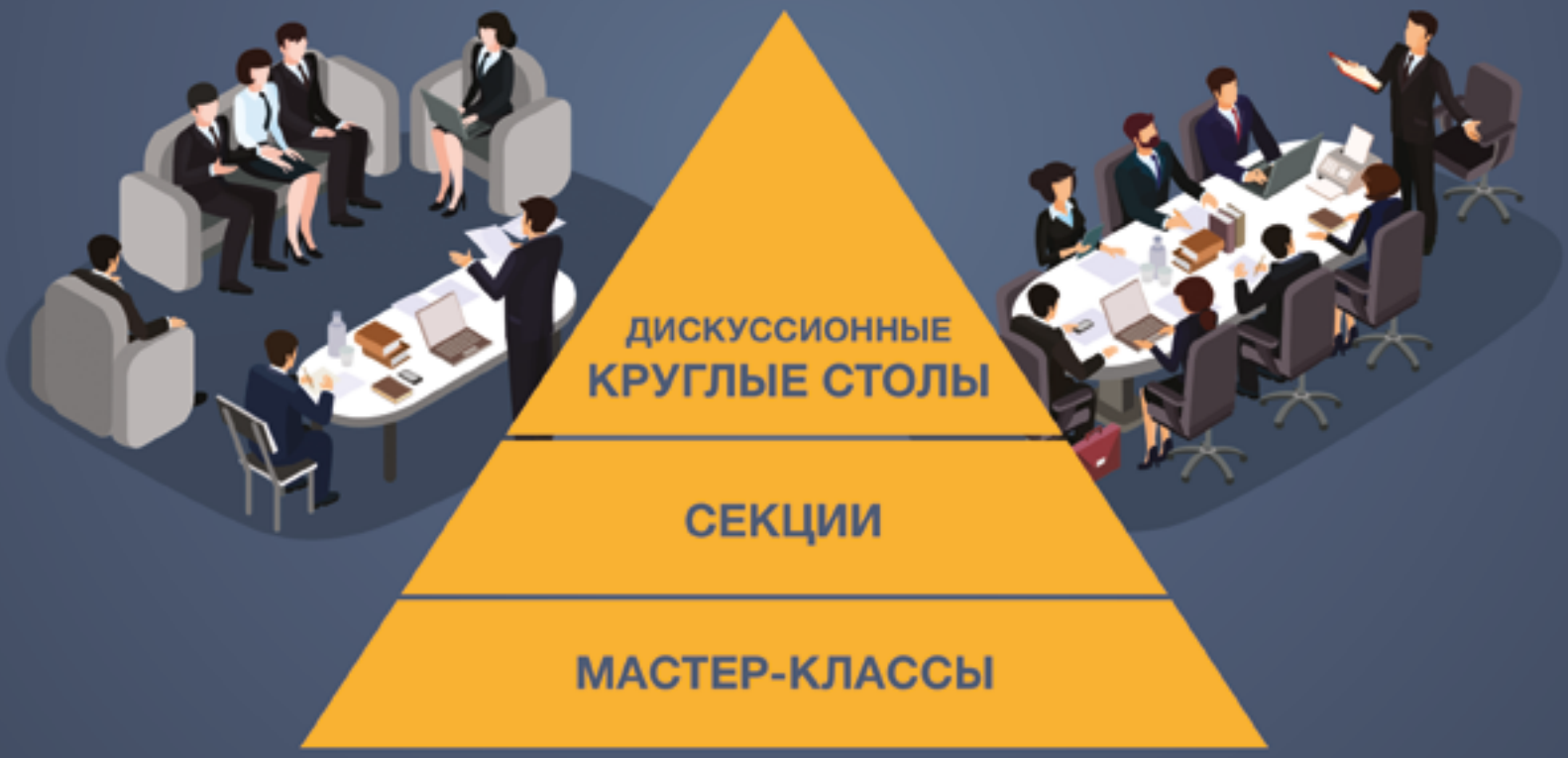
14-15 ноября

4P-medica

Екатеринбург
ДК Железнодорожников
(Челюскинцев, 102)

I Межрегиональная конференция

«4P-Medica. Актуальные вопросы маркетинга и рекламы в оздоровительном туризме и частной медицине»



www.4p-medica.ru

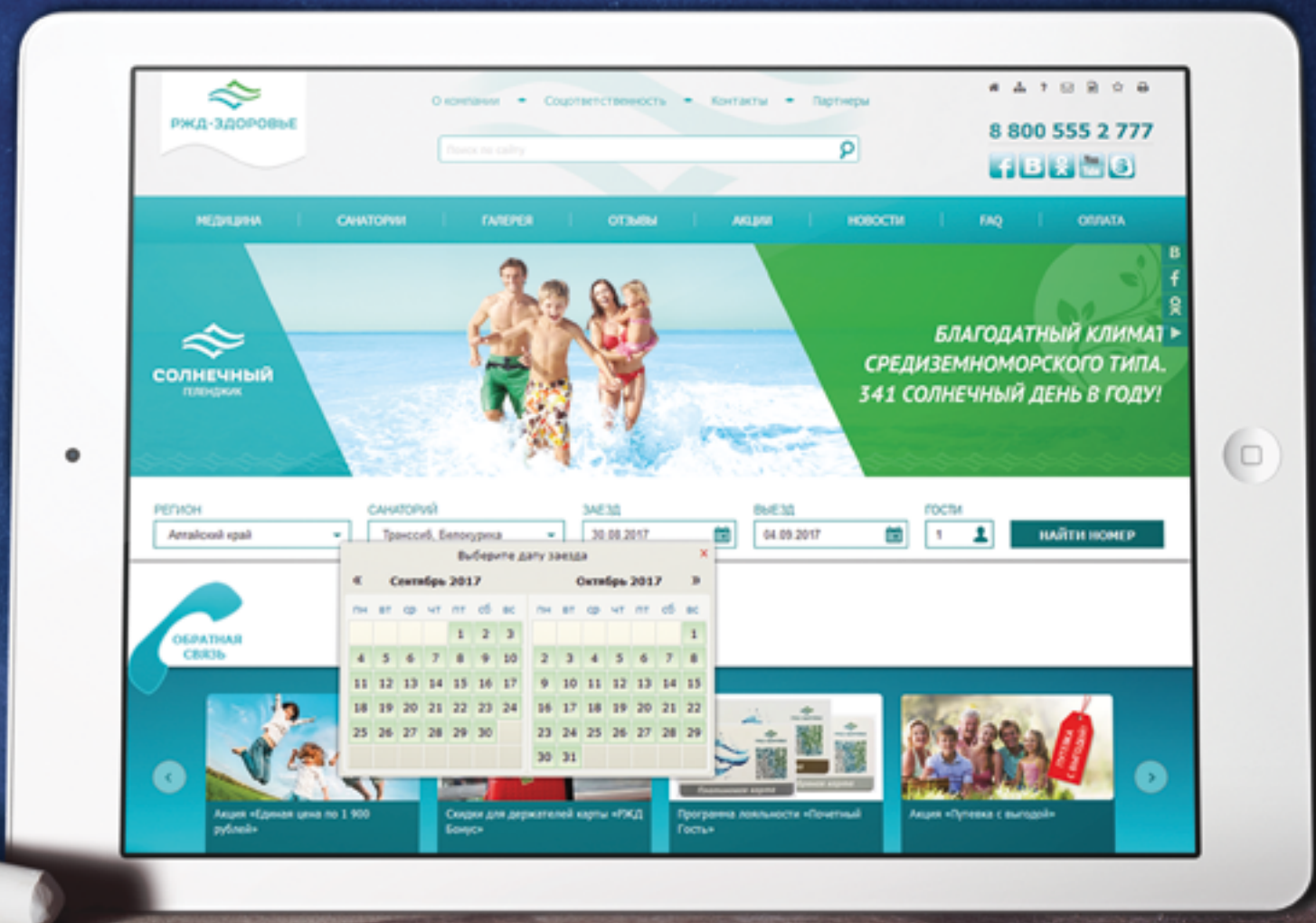
TRAVELLINE

welcome@travelline.ru
8 800 555-20-30
travelline.ru

Как продавать с сайта санатория БОЛЬШЕ!

1. УПРОЩАЕТЕ ПРОЦЕСС БРОНИРОВАНИЯ →
2. ПОВЫШАЕТЕ КОЛИЧЕСТВО БРОНЕЙ →
3. УВЕЛИЧИВАЕТЕ ДОХОД САНАТОРИЯ →

С ФОРМОЙ БРОНИРОВАНИЯ TRAVELLINE



Реклама

Бизнес-журнал
Санаторно-курортная отрасль
С°К°О"
представляет

Чтобы продать
нужно рассказать

Глянцевый потребительский журнал

Современный
САНАТОРИЙ

Едем лечиться и отдыхать

- Вкусно и сочно рассказывает о лучших здравницах России
- Разъясняет, обучает и прививает любовь к санаторному лечению и отдыху
- Помогает выбрать Санаторий мечты

По вопросам размещения обращайтесь
в редакцию журнала «Санаторно-курортная отрасль»

+7(343) 288-51-47, +7(34377) 7-26-04,
+7(932)1-222-765 ✉ 111@csko.ru

Реклама

Команда «СКО» продолжает своевременно и полно освещать все самое актуальное в санаторной отрасли!

Дмитреев Сергей,
главный редактор

Патрушева Вера,
выпускающий редактор

Теплых Софья,
менеджер по работе
с рекламодателями

Емиленко Мария,
менеджер по работе
с рекламодателями

Ладейщикова Наталия,
журналист

Чебыкина Елена,
журналист

Жадобин Анатолий,
техническое
обеспечение

Михалицын Владимир,
дизайнер

Содержание

СОБЫТИЯ

Комплекс маркетинга 4

Конференция «4P-medica. Актуальные вопросы маркетинга в оздоровительном туризме и частной медицине».....6

Спортивная медицина и реабилитация: инновации и перспективы.... 12

Санаторий «Озеро Карачи». Цели поставлены, идем дальше 16

НОВИНКИ

Бизнес-образование: самообразовываемся читая и не только 20

ПИТАНИЕ

Завещание профессора Певзнера. Часть вторая..... 22

Аутсорсинговая компания по организации питания в санатории: плюсы и минусы.....28

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

Санатории для людей с ограничениями двигательных функций: сложности и перспективы.. 32

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Как сделать бронирование на сайте санатория удобным.....36

МАРКЕТИНГ. РЕКЛАМА

Видеоролик расскажет о ваших преимуществах почти всё!..... 40

ЛИДЕРСТВО

Фаворитка могучих покровителей. Как небольшой алтайский курорт стал брендом федерального уровня 44

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Интерфейсы.....50

IT-Технологии ИРТиКуД для увеличения ваших продаж 52

РЕАБИЛИТАЦИЯ

Оценка эффективности системы нейромышечной диагностики и реабилитации с БОС HUBER 360 MD в улучшении равновесия у пожилых пациентов 58

Реабилитация в бассейне 60

ТЕРАПИЯ

Инвестиции в инновации 62

Журнал «Санаторно-курортная отрасль» №3(33), апрель 2017
Учредитель и издатель: ООО «Вита Техника Урал»
Регистрация: Федеральная служба по надзору в сфере связи, ИТ и массовых коммуникаций. Свидетельство о перерегистрации СМИ ПИ №ФС77-57794 от 18 апреля 2014 г.
Адрес издательства:
624251, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира, 35
Адрес редакции: 624251, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира, 35, тел. (34377) 7-40-97
Главный редактор: Сергей Федорович Дмитреев (info@vt66.ru)
Выпускающий редактор: Патрушева Вера (111@csko.ru)
Верстка: Михалицын Владимир
Корректор: Ильина Елена
Литературный корректор: Чебыкина Елена
Техническое обеспечение: Жадобин Анатолий
Отдел рекламы: тел. (34377) 3-16-88, 7-26-04
Работа с рекламодателями: Теплых Софья (115@csko.ru), Емиленко Мария (110@csko.ru)
Цена: свободная
Дата выхода в свет: 30.10.2017

Члены редколлегии:
Разумов А.Н., д. м. н., президент Национальной Курортной Ассоциации, Заслуженный деятель науки РФ, Академик РАН.
Ефименко Н.В., и.о. директора ФГБУ «Пятигорский государственный научно-исследовательский институт курортологии» ФМБА России
Зайцев А.А., директор ФГБУН «Томский научно-исследовательский институт курортологии и физиотерапии» ФМБА России
Остапишин В.Д., директор ФГБУ «Научно-исследовательский центр курортологии и реабилитации» ФМБА России, г. Сочи
Пономаренко Г.Н., Зам. генерального директора по научной работе Санкт-Петербургского НПЦ медико-социальной экспертизы, протезирования и реабилитации инвалидов им. Г.А.Альбрехта, Заслуженный деятель науки РФ, доктор медицинских наук, профессор.

Отпечатано: типография ООО «Форт Диалог-Исеть», г. Екатеринбург, ул. Декабристов, 75. Тел. (343) 228-02-32
Тираж: 2 000 экз. **Подписано в печать:** 13.07.2017 г.
Редакция не несет ответственности за содержание рекламы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.
Подписной индекс:
34122 – каталог «Пресса России»

16+

www.csko.ru

вк /cko_journal

ok.ru/group/53459461472333

facebook /sko2009.ru

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА на 2017 год

НА БИЗНЕС-ЖУРНАЛ

для руководителей предприятий санаторно-курортной отрасли

Чтобы оформить подписку, Вам нужно:

1. оплатить счет (см.ниже
2. отправить копию платежного поручения); и карточку предприятия с подробным почтовым адресом на эл. почту: 111@csko.ru или по факсу: +7 (34377) 7 – 29 – 80

www.csko.ru

Самый полезный журнал

по мнению **директоров санаториев**

ВСЕГО **1400 ₽**

ООО «Вита Техника Урал»
624250, Свердловская обл., г. Заречный, ул. Мира, д.35
Тел/факс (34377) 7-41-02, тел.7-29-80, 7-40-97; e-mail:info@vt66.ru; http://www.vt66.ru
ИНН **6639016862**, КПП **668301001**, ОГРН **1076639001295**, Р/с **40702810216540038446** в Уральский банк ПАО СБЕРБАНК г.Екатеринбург, БИК **046577674**, К/с **30101810500000000674**, ОКПО **83427173**, ОКТМО **65737000**, ОКОГУ **49013**, ОКФС **16**, ОКОПФ **65**, ОКВЭД **46.69.8; 46.46; 22.1; 33.10.1; 33.10.2**

Директор – Дмитреев Сергей Федорович (действует на основании Устава)
Зам.директора – Вихрев Евгений Евгеньевич
Главный бухгалтер – Балдина Надежда Ивановна

Счет № СКО-1088 от 30 октября 2017 г.

НАИМЕНОВАНИЕ	Сумма, руб.
Годовая подписка на журнал «Санаторно-курортная отрасль»	1400, 00
Итого:	1400, 00
НДС	—
Всего к оплате:	1400, 00

Всего к оплате: Одна тысяча четыреста рублей 00 коп. Счет действителен до 31.12.2017

Директор Дмитреев С.Ф.

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

М.И. Кочиашвили,
врач, почетный доктор медицинских наук,
эксперт санаторно-курортной отрасли

Каждый руководитель санатория или клиники мечтает о высокой и стабильной рентабельности, отсутствии сезонности, снижении рекламного бюджета. У некоторых получается, у большинства, как показывает практика, не очень. Высокая среднегодовая загрузка совершенно не равнозначна высокой рентабельности. Почему это происходит?!

Давайте вспомним в этой статье основные аспекты современного маркетинга для правильного восприятия этого важнейшего инструмента. Для начала рассмотрим классические и более современные определения маркетинга.

Филип Котлер, классик жанра, дает такое определение: *«Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена».*

Несмотря на то, что вроде все слова понятны, проверьте себя, отложите статью, возьмите ручку и бумагу, или в текстовом редакторе Вашего компьютера дайте краткое определение словам нужда, потребность, спрос, обмен. А потом сравните с определениями в конце статьи.*

Питер Дойль (профессор, эксперт по маркетингу и бизнес-стратегиям) так трактует тему: *«Маркетинг – управленческий процесс, направленный на максимизацию доходов акционеров посредством развития отношений компании с ценными клиентами и создания конкурентных преимуществ компании».*

Понятие «Комплекс маркетинга» впервые было использовано профессором Гарвардской школы бизнеса Нейлом Борденом. А в 1960 году Эдмунд Джероми Маккарти, в целях подготовки квалифицированных маркетологов, синтезировал комплекс маркетинга из таких элементов, как товар, цена, распределение и продвижение, создав модель 4Р.

4Р ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ как совокупность контролируемых факторов, направленных на возникновение предсказуемых и желаемых ответных реакций определенного сегмента рынка. То есть это те мероприятия, которые способен осуществить санаторий с целью продвижения своих путевок на рынке.

Одним из важнейших составляющих комплекса маркетинга является **«Product»**, или ассортиментная политика по путевкам и программам. Что мы встречаем в большинстве санаториев? Это, как правило, недифференцированная по нозологиям санаторно-курортная путевка, путевка-отдых, базовая оздоровительная путевка и платные услуги.

Комплексный подход позволяет расширить ассортимент востребованных путевок, и, как результат, охватить разные целевые сегменты потенциальных потребителей и снизить сезонные спады.

«Price», или цена, как важнейший экономический инструмент комплекса маркетинга, оказывает непосредственное воздействие на характер рентабельности санатория. Установление оптимальной цены любой путевки финансово-экономическим отделом санатория с применением эффективной методики расчетов, определяет возможности ее реализации, чувствительность покупательской способности, конкурентоспособность, а также уровень издержек, связанных с реализацией.

Очень важным направлением деятельности отдела маркетинга является обоснованный выбор эффективной ценовой стратегии, направленной на разработку политики продаж, сезонных предложении, грамотных краткосрочных акций и специальных предложений.

Осуществлению продвижения товаров на рынке, или **«Promotion»**, способствует реклама, наряду с которой выступают PR, директ-маркетинг и интернет-маркетинг. Все эти стратегии направлены на продвижение путевок путем стимулирования деятельности контрагентов, и, конечно же, физических лиц. Задачей Promotion является не только увеличение объема продаж и создание имиджа для новых путевок и программ, но также раскрутка и закрепление бренда санатория.

«Place» должен осуществляться как отделом продаж и бронирования (морально устаревшее название – отдел реализации путевок) санатория, так и с привлечением туристических и страховых компании, городских медицинских учреждении и т.д.

Современный подход к комплексу маркетинга не ограничивается концепцией маркетинга – 4P, а стремится к включению в нее дополнительных компонентов, позволяющих формировать такие подходы, как модель 5P, 7P и более. В качестве дополнительных компонентов предлагаются, например, такие параметры как Клиентская база (People); Персонал (Personal); Процесс покупки (Process) – то, что связано с деятельностью покупателя по осуществлению выбора путевки; Окружающая среда (Physical premises) – природные факторы, территория, представительства в городах; Прибыль (Profit) – капитал, полученный в виде дохода относительно вложенных средств; Связи с общественностью (PR) – создает положительную репутацию продукту и организации в целом. (Ф.Котлер, 1986 г.)

В санаторно-курортной отрасли привычная модель 4P маркетинга (Product, Price, Place, Promotion) начинает работать только при добавлении еще трех «P» и трансформируется в модель 7P маркетинга. Первые четыре «P» представлены в творениях основоположника маркетинга Ф.Котлера. Давайте попробуем разобраться: без каких еще трех компонентов невозможно позиционировать услуги.

Пятое P представляет собой компонент **«People»**.

Он включает в себя:

- персонал санатория (уровень менеджмента, потребительского сервиса, корпоративная культура);
- персонал сторонних организаций (контрагенты);
- частные лица (эксперты, обозреватели рынка санаторно-курортных услуг);
- потребители услуг и лица, влияющие на решения потребителей.

Персонал санатория является одним из основных факторов успеха. Правильно подобранный и обученный персонал способен привести санаторий к вершинам успеха.

Шестым P является **«Pecuniary and Physical evidence»**, что в переводе на русский язык означает «материальные и физические свидетельства»:

- основные преимущества (место расположения, климат, природные факторы и т.п.);
- дополнительные преимущества (комфорт, проектировка, практичность, внешний вид и моральный облик сотрудников);
- активы (оборудование, материалы, нематериальные активы);
- интересные подарки (сувениры с эмблемой);
- иные свидетельства (соответствующий уровень стандарта качества; знаки отличия, полученные на выставках и показах).

Седьмое P – это **«Process»** (процесс). Здесь имеется в виду уровень развития стандартизации обслуживания и качества услуг, модифицирования услуг и наличие дополнительного, «послепродажного», обслуживания.

А теперь давайте вернемся к вопросу, который мы поставили в начале статьи. Причин много, но основными из них являются неэффективная маркетинговая стратегия и тактика и отсуствие в штате профессиональных отраслевых маркетологов. Притом, что при слабом отделе маркетинга и рекламы, и право голоса по принятию важных решений у них фактически отсуствует. Хочу подчеркнуть, что есть предприятия, где коммерческая служба и отдел маркетинга работают профессионально, и, как итог, эффективно. Но, к сожалению, они в явном меньшестве.

Даже если санаторию повезло, и у них появляется квалифицированный маркетолог, не факт, что ему дадут эффективно работать и не прератят в «чернорабочего-многостаночника». Происходит это не по злому умыслу, а от отсуствия знании и понимания сути и роли маркетинга в современных условиях конкуренции. Да простят меня коллеги, но где и когда главный врач может этому научиться? Формальные доклады и семинары по маркетингу, которые периодически читают руководству санаториев отраслевые чиновники не дают ожидаемого эффекта.

Поэтому, **I межрегиональная конференция «4P-Medica. Актуальные вопросы маркетинга и рекламы в оздоровительном туризме и частной медицине»** –важное событие в нашей отрасли. Такое целевое мероприятие, посвященное маркетингу и восстановлению утерянных связей между городской медициной и здравницами, проводится впервые. Интересные темы, спикеры-эксперты, потенциальные партнеры, дискуссионные круглые столы по обмену опытом, тренинг для отдела продаж и службы бронирования, гарантируют любому участнику получение передового опыта и знаний, что на практике поможет увеличить рентабельность и среднегодовую загрузку Вашего санатория.

---

* **Нужда** определяется как чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо.
Потребность – нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.
Спрос – это потребность, подкрепленная покупательской способностью.
Обмен – получить желаемое взамен на что-либо.

14-15 ноября

4P-medica

Екатеринбург
ДК Железнодорожников
(Челюскинцев, 102)

I Межрегиональная конференция

«4P-Medica. Актуальные вопросы маркетинга и рекламы в оздоровительном туризме и частной медицине»

Почему нельзя пропустить конференцию?

Реальная дискуссионная площадка

В программе запланированы 4 основных дискуссионных круглых стола. Эксперты-модераторы не оставят участников в стороне от обсуждения актуальных тем.

Выставка партнеров

Презентации и новые предложения от компаний, специализирующихся на продвижении. Новые услуги в сфере IT-технологий. Возможность лично узнать о предложениях ведущих специалистов и получить скидки и подарки.

Эксперты маркетинга

Выступления спикеров с огромным личным опытом и знаниями в сфере продвижения. Советы от лучших экспертов. Актуальные выступления с реальными примерами из практики.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

- Исследование и анализ рынка санаторно-курортной отрасли и частной медицины
- Принципы ценообразования как фактор регулирования спроса
- Реклама в СМИ и Интернет-маркетинг
- IT-технологии в маркетинге и рекламе
- Поиск путей взаимодействия «санаторной» и «городской» медицины

www.4p-medica.ru
109@csko.ru

Бизнес-журнал «СКО» санаторно-курортная отрасль

8 (343) 288-51-47
8 (34377) 7-26-04

Увеличение продаж, стабильная загрузка, случайный гость, превратившийся в постоянного и лояльного.

Вот вопросы, которые волнуют собственников и директоров санаториев или медицинских центров. Участие в I межрегиональной конференции «4P-medica. Актуальные вопросы маркетинга и рекламы в оздоровительном туризме и частной медицине» поможет Вам найти нужные ответы.

Чтобы участие в Конференции принесло реальный результат, мы предлагаем Вам «Командный формат участия»

Эффективный состав команды для участия в Конференции:

- Лицо, принимающее решение (собственник, директор, главный врач)
- Руководитель отдела маркетинга, отдела продаж или службы бронирования
- Специалисты (отдела маркетинга и рекламы, службы бронирования или продаж, отдела IT)

Для каждого участника команды свой формат участия:

Дискуссионные круглые столы

В процессе обсуждения выявляются основные проблемы, пути их решения, современные направления развития в медицинском маркетинге

Секции

Эксперты маркетинга предлагают конкретные решения для повышения эффективности работы отдела маркетинга и рекламы

Мастер-классы

Приобретение практических навыков, которые помогут достичь быстрых и видимых результатов работы специалистов

Участвуйте, развивайте маркетинг и увеличивайте прибыль!

www.4p-medica.ru
109@csko.ru

Бизнес-журнал «СКО» санаторно-курортная отрасль

8 (343) 288-51-47
8 (34377) 7-26-04

СПИКЕРЫ

I МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

4P-Medica. Актуальные вопросы маркетинга в оздоровительном туризме и частной медицине

Надежда Валерьевна МАНЬШИНА (Екатеринбург)

Независимый эксперт по лечебно-оздоровительному туризму. Автор книг: «Курортология для всех» (2007), «Путеводитель по курортам мира» (2003), соавтор книг о курортах Кубани, Кавказских Минеральных Вод, Крыма, Венгрии, Румынии. Автор ряда публикаций в СМИ по санаторному лечению. Спикер и модератор международных конгрессов и конференций по оздоровительному и медицинскому туризму.

На нашей конференции является со-модератором дискуссионного круглого стола «Актуальные вопросы маркетинга в оздоровительном туризме» и модератором Секции «Пропаганда санаторно-курортного лечения и здорового образа жизни».

Надежда Валерьевна МАНЬШИНА:

Одной из проблем российского рынкаоздоровительного туризма является недостаток квалифицированнойинформации о возможностях санаторно-курортного комплекса РоссийскойФедерации для всех заинтересованных лиц. Восполнить этот недостатокдолжны, в том числе, и все участникирынка и профессиональные ассоциации.26 июля 2017 г. утвержден паспортприоритетного проекта «Формирование здорового образа жизни» предусматривающий предоставление грантов организациям, реализующим проекты всфере пропаганды здорового образа жизни и сбережения здоровья.Какой должна быть квалифицированная пропаганда, мы и будем говорить в рамках Секции «Пропаганда санаторно-курортного лечения и здорового образа жизни».

Михаил Исидорович КОЧИАШВИЛИ (Москва)

Эксперт по управлению и технологиям санаторно-курортной отрасли, врач, почетный доктор медицинских наук, автор успешных методик по маркетингу, менеджменту и оздоровительным программам. Эксперт Федерального бюро SANKUR. **На нашей конференции является модератором дискуссионного круглого стола «Вопросы взаимодействия санаториев с государственными и частными медицинским учреждениями», ведущим интенсивного тренинга для сотрудников службы бронирования, в котором раскроет эффективные скрипты, познакомит с реально работающими инструментами для увеличения продаж.**

Михаил Исидорович КОЧИАШВИЛИ:

I Межрегиональная конференция «4P-medica. Актуальные вопросы маркетинга в оздоровительном туризме и частной медицине» – важное событие в нашей отрасли. Такое целевое мероприятие, посвященное маркетингу, восстановлению утерянных связей между городской медициной и здравницами, проводится впервые. Интересные темы, звездные спикеры, потенциальные партнеры, круглые столы по обмену опытом, тренинг для отдела продаж и бронирования, гарантируют любому участнику получение передового опыта и знаний, что на практике поможет увеличить рентабельность и среднегодовую загрузку Вашего санатория.

Роман ТАРАСЕНКО (Москва)

Консультант по маркетингу, бизнес-спикер. Большой опыт именно в медицинском маркетинге, реальные кейсы, дружелюбный стиль ведения тренингов делает Романа одним из самых востребованных спикеров и тренеров в медицинской отрасли. Автор ряда проектов по повышению эффективности бизнеса Krostu.com, Clientomania.com. Часть из них реализует совместно с Игорем Манном и другими специалистами маркетинга экстра-класса. **На нашей конференции является модератором дискуссионного круглого стола «Актуальные вопросы маркетинга в частной медицине», ведущим мастер-класса «ТОП 5 маркетинговых инструментов клиники».**

Роман ТАРАСЕНКО:

В своей практике мы наткнулись на удивительный факт – 99% компаний санаторно-курортной отрасли не делают ничего нового в своем бизнесе. Существует хорошая база, хорошие ресурсы, но нового, увы, ничего не делают. А если даже делают, то это остается абсолютно неизвестным для клиентов. Поэтому важность таких мероприятий очень трудно переоценить. На предстоящей Конференции будет очень много полезных инструментов и самое главное – не надо бояться их применять. И делать это как можно быстрее. В ходе своего выступления я буду рассказывать о том, как правильно отстраиваться от конкурентов и создавать уникальное торговое предложение. Это очень полезно знать каждому санаторно-курортному учреждению и клинике.

4P medica

Ксения Вячеславовна АРХАНГЕЛЬСКАЯ (Екатеринбург)

Практикующий бренд-консультант, бизнес-тренер, коуч. Эксперт в области маркетинга, брендинга и бизнес-коммуникаций. Преподаватель кафедры маркетинга и международного менеджмента УрГЭУ. Спикер международных и всероссийских бизнес-конференций. Приглашенный эксперт телеканала «Екатеринбург-ТВ» по вопросам маркетинга, рекламы и брендинга. **На нашей конференции проведет мастер-класс «Построение личного бренда врача и ведущих сотрудников как инструмент продвижения бизнеса в конкурентной среде».**

Александр Михайлович ВЕТИТНЕВ (Сочи)

Заведующий кафедрой управления и технологий в туризме и сервисе Сочинского государственного университета, доктор экономических наук, автор учебника по курортному маркетингу, доктор медицинских наук, профессор, заслуженный врач РФ, директор санатория «Лаго-Наки» (г. Сочи). Сейчас на практике реализует свои обширные знания, реально руководя санаторием. **На нашей конференции является со-модератором дискуссионного круглого стола «Актуальные вопросы маркетинга в оздоровительном туризме».**

Артур Владимирович ВОРОБЬЁВ (Екатеринбург)

Директор по стратегическому развитию одной из лучших частных клиник России ООО «Европейский медицинский центр УГМК-Здоровье» к.м.н. В том числе и благодаря его работе бренд «УГМК-Здоровье» является символом высокого качества лечения и отличного клиентского сервиса. **Тема доклада на нашей конференции «Формирование доброжелательной среды в медицинском центре».**

Алексей КОНОВАЛОВ (Екатеринбург)

Руководитель студии и школы интернет-маркетинга «Просто» г. Екатеринбург. Преподаватель в Бизнес-школе УрФУ им. Б.Н. Ельцина, создатель курсов по контекстной и таргетированной рекламе.

Сертифицированный специалист Яндекс Директ. Более 270 лично настроенных рекламных кампаний в сервисах Яндекс.Директ, Google Adwords, ВКонтакте, MyTarget, Facebook. Подготовил и обучил более 160 специалистов по контекстной рекламе.

Тема доклада – «Как грамотно и эффективно продавать через Яндекс Директ».

Евгений Павлович ТЕРЕНТЬЕВ (Казань)

Руководитель проекта «Санатории России.РФ.онлайн-бронирование» (г.Казань), исполнительный директор Ассоциации «Санатории Татарстана». Имеет многолетний опыт работы в индустрии внутреннего туризма и является профессионалом в вопросах маркетинговых методов продвижения санаторно-курортного комплекса. **На нашей конференции является модератором дискуссионного круглого стола «Вопросы взаимодействия Актуальные вопросы маркетинга в частной медицине».**

Юрий Николаевич МЕЛЬНИКОВ (Екатеринбург)

Основатель и режиссёр студии «Лайм» (г. Екатеринбург). В 2007 году основал свою продакшн-студию – «Лайм». За истекшее время реализовано более 250 проектов. В качестве режиссёра снял около 20 презентационных фильмов и 200 рекламных роликов, помогающих максимально эффективно решать бизнес-задачи клиента, чтобы вернуть средства, вложенные в развитие.

Тема доклада на нашей конференции «Как снять продающий ролик?».

4P-medica

Екатерина МЕЛЬНИКОВА (Екатеринбург)

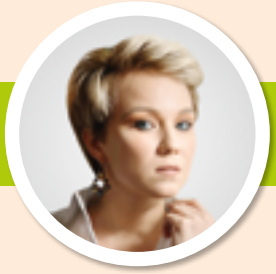
Сертифицированный специалист Яндекса, ведущий аккаунт-менеджер имеет колоссальный опыт работы в интернет-маркетинге. Знает как использовать приемы и инструменты низкобюджетного, но не менее эффективного продвижения.

Тема доклада на нашей конференции «Самостоятельное продвижение сайта в Интернете».

Денис Владимирович КАТЯШЕВ (Ижевск)

Руководитель направления продвижения программных продуктов, одного из передовых предприятий, работающих в сфере автоматизации санаторной отрасли «КИНТ».

Тема выступления на нашей конференции «Результаты автоматизации санатория».



Екатерина Сергеевна РЕЙШ (Челябинск)

Основатель и креативный директор компании «Panda video» (г.Челябинск), занимающейся производством рекламы и видеопродуктов для бизнеса. Тренер, консультант, преподаватель Школы бизнеса и карьеры для детей.

Тема доклада на нашей конференции «Видеореклама и видеоконтент для маркетинговых интернет-проектов».

Виталий ПОПОВ

Директор агентства интернет-маркетинга «ТитанСофт». С 2004 года занимается разработкой и продвижением сайтов и интернет-магазинов, а также вопросами решения иных задач бизнеса посредством Интернет. Принимал непосредственное участие в более чем 800 самых разнообразных проектах. Является сертифицированным специалистом по юзабилити, по программе Certificate Usability Professional (SUP). Internet Expo

На нашей конференции проведет мастер-класс «Продвинутый интернет-маркетинг для медицинских и оздоровительных учреждений. Теория и практика».

Алексей ПАНАИТ (Екатеринбург)

Исполнительный директор Интерактивного агентства «Ra Digital». Высокие рейтинговые позиции по SMM продвижению в России и на Урале. Выиграли Бронзу на Effie Awards Russia 2017 за эффективную рекламную кампанию для Оператора связи Инсис.

Тема доклада на нашей конференции «Social Media Marketing (SMM) – эффективное применение инструмента для выполнения бизнес-задач».

Данил КИНЗЯБАЕВ (Йошкар-Ола)

Эксперт по онлайн-дистрибуции гостиничных услуг ведущей российской компании «Travelline» **Тема доклада на нашей конференции «Онлайн-продажи санатория. Сайт санатория и сайты агентов».**

Более подробную информацию о составе спикеров смотрите на **www.4p-medica.ru**

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ ВКЛЮЧАЕТ

4 основных дискуссионных круглых стола, каждый из которых включает по **4** доклада на самые насущные темы:

Дискуссионный круглый стол «Актуальные вопросы маркетинга в оздоровительном туризме». Модераторы – Надежда Маньшина, Александр Ветитнев

Дискуссионный круглый стол «Актуальные вопросы маркетинга в частной медицине». Модератор – Роман Тарасенко

Дискуссионный круглый стол «Вопросы взаимодействия санаториев с государственными и частными медицинскими учреждениями». Модератор – Михаил Кочиашвили

Дискуссионный круглый стол «Вопросы взаимодействия санаториев с туристическими агентствами». Модератор – Евгений Терентьев

Секции, более подробно и сегментированно разбирающие инструменты комплекса маркетинга в оздоровительном туризме:

Секция «IT-технологии в маркетинге и рекламе»

- Грамотные и эффективные продажи через Яндекс Директ;
- Онлайн-продажи через сайт санатория и сайты агентов;
- Эффективные инструменты по увеличению конверсии сайта;
- Управление репутацией в интернет-пространстве: реагировать нельзя игнорировать;
- Разбор сайтов участников, рекомендации в режиме реального времени– и много других интересных тем.

Секция «Основы создания видеоконтента в маркетинге и рекламе»

- Как снять продающий ролик;
- Где и как размещать видеоконтент. В рамках этой секции также подведем итоги заочного Фестиваля медицинской рекламы «Киномед».

Секция «Взаимодействие представителей оздоровительного туризма и частной медицины со СМИ»

- Какой должна быть реклама в СМИ;
- Выбрать из всего разнообразия СМИ (телевидение, радио, периодические печатные издания) самый эффективный канал продвижения или их комплекс.

Секция «Пропаганда санаторно-курортного лечения и здорового образа жизни. Проект «Раз в год в хороший санаторий»

- Пропаганда санаторно-курортного лечения и здорового образа жизни в соцсетях. Блогеры vs Лидеры мнений;
- Безденежная пропаганда санаторно-курортного лечения и здорового образа жизни в СМИ.

КРОМЕ ТОГО, В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Тренинг для сотрудников службы бронирования (скрипты, инструменты для увеличения продаж);
- Мастер-класс «Продвинутый интернет-маркетинг для медицинских и оздоровительных учреждений. Теория и практика»;
- Подведение итогов и награждение победителя «Конкурса на лучшую службу бронирования санатория».

Впервые для игроков рынка санаторно-курортной отрасли и частной медицины мы собрали профессионалов, готовых предложить различные инструменты продвижения. Участники Конференции познакомятся с новыми для себя инструментами и сформируют индивидуальный, наиболее эффективный для себя Комплекс маркетинга.

МЫ СОБИРАЕМ ЭКСПЕРТОВ И УЧАСТНИКОВ РЫНКА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ТУСОВКУ ПЕРВОКЛАССНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО МАРКЕТИНГУ, ГДЕ ВЫ МОЖЕТЕ ЭФФЕКТИВНО ПОРАБОТАТЬ И ОТДОХНУТЬ В КОМПАНИИ ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ!

СПОРТИВНАЯ МЕДИЦИНА И РЕАБИЛИТАЦИЯ:

ИННОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

10–11 октября 2017 года в Екатеринбурге состоялось событие международного уровня – научно-практическая конференция, которая включала в себя две части. На первой рассматривались вопросы инновационной медицинской реабилитации, физиотерапии, бальнеологии, ЛФК. Вторая часть прошла в формате научно-практического семинара «Инновационные методы реабилитации в спортивной медицине и фитнесе».

Мероприятие, организованное Журналом «СКО» совместно с «Компанией «Вита Техника», прошло при поддержке Министерства здравоохранения Свердловской области, Уральского государственного медицинского университета, Свердловской Областной клинической больницы №1.

В семинаре принял участие министр физической культуры, спорта и молодежной политики Свердловской области **Леонид Аронович Рапопорт.** В составе выступающих были представители сферы спортивной медицины и реабилитации – врачи различных профилей, реабилитологи, физиотерапевты, инструкторы спортивной медицины и ЛФК, и др.

Международный формат конференции был поддержан коллегами из Франции и Польши.

Ромейн Ретсин, чемпион мира по сноуборду, профессиональный гольфист, один из разработчиков оборудования HUBER **(Франция)**, представил **инновационный тренажер с обратной связью для нейромышечной реабилитации и диагностики HUBER.**

Биологическая обратная связь, или БОС, которая обеспечивается тренажером HUBER, – комплексная технология, которая позволяет человеку получить «обратную связь» о собственных физиологических процессах и скорректировать свои реакции. Методика БОС является настоящим прорывом в области коррекции и реабилитации разных состояний и патологий.

Также о новейших системах с биологической обратной связью для нейромы-

шечной реабилитации и диагностики рассказала **Евгения Валентиновна Рябко**, заведущая отделением физических методов лечения ФБУН ЕМНЦ ПОЗРПП Роспотребнадзора (Екатеринбург).

Михал Дайльюски, магистр физиотерапии, Центр мануальной терапии профессора Ф. Кальтенборн (Катовице, **Польша**), вместе **с Владимиром Михайловичем Рыжкиным**, заведующим отделением физиотерапии ГБУЗ СО «СОКБ №1» (Екатеринбург), продемонстрировали возможности **системы для слинг-терапии LEVITAS.**

Кроме системы для кинезотерапии и слинг-терапии Levitas и системы нейромышечной диагностики и реабилитации с БОС HUBER 360 MD, для тестирования была представлена **установка для механотерапии позвоночника «ОРМЕД Кинезо»**. Возможности линейки оборудования марки ОРМЕД презентовал **Юрий Николаевич Богданов**, врач высшей категории, вертебролог-физиотерапевт, ведущий специалист по методам тракционной терапии.

Заслуженный деятель науки РФ, доктор медицинских наук, профессор, генеральный директор ФГБУ «Федеральный научный центр реабилитации инвалидов им. Г.А.Альбрехта» Минтруда России (Санкт-Петербург) **Геннадий Николаевич Пономаренко** выступил с докладом о доказательной физиотерапии и рассказал аудитории, как правильно читать медицинскую литературу.

Андрей Алексеевич Федоров, доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой физиотерапии, ЛФК и спортивной медицины ФГБОУ УГМУ (Екатеринбург), рассказал о современных технических средствах реабилитации.

Крайне важно, что на конференции было уделено внимание **реабилитации в раннем детском возрасте.** Доктор медицинских наук **Юлия Милославовна Борзунов**а и врач-кардиохирург **Артавазд Артурович Пнджоян** презентовали доклад «Позиционный дренаж в комплексе кардиореабилитационных мероприятий у детей с врожденными пороками сердца в раннем послеоперационном периоде».

Доктор медицинских наук, академик РАЕ, руководитель Центра амб. травматологии и ортопедии ГАУЗ «ДРКБ МЗ РТ», заведующий травматологическим отделением детской поликлиники «Азино» ГАУЗ «ДРКБ МЗ РТ» (Казань), **Илья Владимирович Рябчиков** рассказал о реабилитации пациентов с переломами области крупных суставов нижних конечностей.

Врач травматолог-ортопед **Игорь Евгеньевич Рымашевский** рассмотрел травматизм с точки зрения **прикладной кинезиологии** и представил пути решения проблемы. В основе прикладной кинезиологии лежит мануальное мышечное тестирование. С помощью тестов можно определить, в каком состоянии находится мышца, и в соответствии с этим выставлять нагрузки. Игорь Рымашевский отметил, что направление

СЕРТИФИЦИРОВАННЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
Waterflex
Water Fitness Expert

Aqua Way
Все для бассейна – оборудование и инвентарь для плавания, аквафитнеса, аквареабилитации

Реклама
www.aqua-way.com | sale@aqua-way.com
+7(495)762-00-32

прикладной кинезиологии – пока новое для нашей страны, и внедряется преимущественно в крупных городах – Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург. Вместе с тем прикладная кинезиология может обеспечить, в том числе в структуре профессионального спорта, не только диагностику проблем, но и их профилактику: определение слабых звеньев в мышечной системе и подбор индивидуального подхода в тренировках.

Современные методы физической реабилитации в спортивной медицине, методики лечения спортивных травм и особенности спортивной реабилитации осветили доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой спортивной медицины и физической реабилитации УралГУФК (Челябинск) **Евгений Витальевич Быков**, заведующая отделением физиотерапии и ЛФК в ООО «Лечебный центр» (Москва) **Елена Геннадьевна Хомская**, доктор медицинских наук, профессор, директор по науке ООО «Производственные системы» (Екатеринбург) **Владимир Васильевич Малахов, Алим Абдуллахович Мерзебасов** из лечебно-реабилитационного центра «Джамси» (Махачкала).

Участники конференции обозначили актуальность тематического поля мероприятия и очень высоко оценили уровень организации. **Министр физической культуры, спорта и молодежной политики Свердловской области Леонид Рапопорт** отметил на пленарном заседании важность поднятых тем, в том числе в связи с изменениями формата подготовки спортсменов, которые ожидаются в 2018 году. В новых стандартах особое внимание будет уделено состоянию здоровья, поэтому вопросы медицинской спортивной реабилитации получают особую значимость. Леонид Рапопорт обозначил злободневность вопросов, связанных с фитнес-индустрией, в частности, вопрос о достаточной квалификации преподавательского состава. Министр отметил значимость подобных мероприятий и необходимость проведения аналогичной конференции в следующем году, возможно, в большем масштабе.

О важности развития и популяризации фитнес-индустрии рассказал и **Андрей Алексеевич Федоров**. Он обозначил необходимость тщательного контроля вопросов безопасности массового спорта – спортивных и фитнес-залов, аквапарков и т.д. Оснащенность медицинскими кадрами, медицинская поддержка и строгий контроль безопасности спорта и физической культуры должны быть и в средней школе. Как отметил Федоров, крайне важна и образовательная деятельность, нацеленная на широкие слои населения.

Конференция, посвященная инновационным методам реабилитации в медицине и спорте, сделала значительный вклад в развитие этого направления. В формате теории и практики были освещены актуальные вопросы реабилитации и профилактики травматизма, обозначены проблемы в этой области и намечены пути их решения. Уникальный состав докладчиков определил особенную информативную насыщенность конференции. Также важен был обмен опытом между участниками, демонстрация оборудования для реабилитации и терапии и живое общение людей, искренне заинтересованных в тематике мероприятия.

IV ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ SANKUR 2017
«ФОРМУЛА УСПЕХА САНАТОРИЯ»

С 12 по 15 сентября 2017 года на базе уникального отеля курорта «Морозово» прошел IV Всероссийский форум SANKUR «Формула успеха санатория», в котором принимали участие владельцы, директора и управленцы санаторно-курортной отрасли нашей страны. Все 35 участников на протяжении трех дней изучали основные составляющие успеха санатория.

Главными экспертами форума выступили:

Пронина Н.А. (Москва) – кандидат экономических наук, независимый бизнес-консультант по вопросам управления и развития крупных государственных медицинских учреждений, фитнес клубов; маркетинга, организации отдела продаж, управления взаимоотношением с клиентом. Почетный гость форума Наталья Анатольевна Пронина провела увлекательный мастер-класс для гостей форума на тему: «Эффективная реклама санатория. Повышение привлекательности санаторно-курортных услуг. Как должен работать отдел маркетинга. Привлечение нового поколения потребителей на оздоровительный отдых»

Кочиашвили М.И. (Москва) – д.м.н., эксперт в области менеджмента и технологий санаторно-курортной и wellness отрасли, тренер-консультант по управлению, продажам и технологиям санаторно-курортной отрасли; автор отраслевого системного менеджмента, разработчик системы маркетинга и продвижения отраслевых стандартов сервиса.

Шевченко Э.А. (Новосибирск) – директор компании «Красивый бизнес» и Федерального бюро санаторно-курортного обеспечения SANKUR, автор более 50 проектов салонов красоты и СПА, практикующий бизнес-тренер по экономике и маркетингу индустрии красоты.
Бессменный руководитель и идеолог компании, Элина Анатольевна на протяжении всех трех дней форума находилась вместе с гостями, помогая им решать возникшие вопросы.

Раневская Г.Ю. (Москва) – эксперт по Искреннему Сервису в сфере красоты, здоровья и гостеприимства, бизнес тренер по навыкам сервисного поведения и активных продаж, эксперт и докладчик на международных выставках индустрии красоты и санаторно-бизнеса.
В перерывах за дружеским столом, полностью состоящим из wellness меню, шли бурные обсуждения, которые не прекращались и на банкете, посвященному открытию форума. Каждый день устраивалась вечерняя церемония, на которой гости могли пообщаться в неформальной обстановке. Участники и спикеры делились своими успехами и обсуждали волнующие вопросы. 15 сентября, в торжественной обстановке всем участникам форума были вручены сертификаты и сделаны фото на долгую память!
V, юбилейный Всероссийский форум SANKUR пройдет в феврале 2018 года.

Будем рады вновь видеть наших постоянных участников и новых друзей.

До встречи на юбилейном V форуме SANKUR!

Организатор: ООО «САНКУР»
Новосибирск, ул. Семьи Шамшиных, 64, офис 515
(383) 238-00-33, 8-953-769-52-62
www.sankur.info

Реклама