Бизнес-журнал

С°К'О"

санаторно-курортная отрасль

№1(35) | 2018

РАСШИРЯЙ ГРАНИЦЫ ВОЗМОЖНОГО

«4P-MEDICA». ИДЕИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ
СТР. 16

«ЗДРАВНИЦА-2018». СЕКЦИЯ МАРКЕТИНГА
СТР. 9

ОТ СЕМИНАРА К КОНГРЕССУ
СТР. 26

ФОРУМ «ШИПАЖАЙ-2018»
СТР. 30

БАРОКАМЕРЫ НОВОГО

НЕТ БАЛЛОНОВ
С КИСЛОРОДОМ

УСТАНАВЛИВАЕТСЯ
В ЛЮБОМ ПОМЕЩЕНИИ

100% ПОЖАРОБЕЗОПАСНОСТЬ

КАРДИОЛОГИЯ
НЕВРОЛОГИЯ
ЭНДОКРИНОЛОГИЯ
ГИНЕКОЛОГИЯ
ПЕДИАТРИЯ
СПОРТИВНАЯ МЕДИЦИНА

Модель o2one-H810

Кислородная камера o2one-H810 представлена в алюминиевом корпусе.
Пять доступных режимов избыточного расширяют терапевтические возможности барокамеры.
Барокамера работает в автоматическом режиме начала и завершения процедуры, что делает кислородную камеру невероятно легкой в использовании.
Комплектация: барокамера, блок управления и кондиционер, концентратор кислорода.

Всероссийский форум «Здравница-2017».
Золотая медаль в номинации «Лучшие инновационные технологии в санаторно-курортной сфере»

ПОКОЛЕНИЯ O_2 CAPSULE

ЭФФЕКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ЛЕЧЕНИЯ, РЕАБИЛИТАЦИИ И ПРОФИЛАКТИКИ

Не требует специально обученного технического и обслуживающего персонала
Не требует регистрации в Ростехнадзоре и проекта для установки
100% безопасность (среда внутри камеры не горит)
В барокамере можно находиться в одежде и с мобильными устройствами
Зарегистрировано в реестре медицинских изделий Росздравнадзора
Себестоимость процедуры – 7 руб.

Модель Oxysys 4500

Кислородная камера Oxsysys 4500 изготовлена из высокопрочного полиуретана, внутри барокамеры предусмотрен стальной каркас.
Барокамера Oxsysys 4500 – оптимальное решение для ЛПУ по ценовой политике.
Наличие кондиционера и максимальный диаметр барокамеры (92 см) делают процедуру вдвойне комфортной для пациента.
Комплектация: барокамера, блок управления и кондиционер, концентратор кислорода.

+ 7(495) 212-09-22 www.o2capsule.ru

«ООО»Интерфин» – эксклюзивный представитель в России

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

Ладейщикова Наталия,
журналист

Чебыкина Елена,
журналист

Жадобин Анатолий,
техническое
обеспечение

Михалицын Владимир,
дизайнер

Содержание

СОБЫТИЯ

Секция маркетинга на Всероссийском форуме «Здравница-2018» 8

Что будут обсуждать на дискуссионной сессии по маркетингу на форуме «Здравница-2018»? 10

«4P-Medica. Маркетинг в оздоровительном туризме и частной медицине». Идеи, инновации, технологии 16

Можно практически без бюджета построить маркетинговую политику, которая позволит достичь результата! 22

От семинара к конгрессу 26

Форум «Шипажай-2018» 30

«Как победить сезонность?» или погодные аномалии 32

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

«Тайны мадридского двора» или трудности менеджмента. Часть I 34

Всегда ли сотрудник сможет работать по принципу «Чего изволите?» 38

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Сайт санатория глазами клиента 42

Интернет-маркетинг и продажи в сфере оздоровительного отдыха и туризма 46

Количественная оценка уровня работы маркетинговой службы санатория в области интернет-продаж 54

РЕАБИЛИТАЦИЯ

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

Пассивная реабилитация в послеоперационном периоде 60

ТЕРАПИЯ

Инвестиции в инновации .. 62

Журнал «Санаторно-курортная отрасль» №1(35), май 2018
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: Дмитреев Сергей Федорович (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),
Цена: свободная
Дата выхода в свет: 15.05.2018

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
Номер заказа: 1840941. **Тираж:** 2 000 экз. **Подписано в печать:** 10.05.2018 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

Российский производитель медицинского оборудования

СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖАНИЯ СТЕРИЛЬНОСТИ (ООО «СПДС»)

СПДС

• ШКАФЫ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ СТЕРИЛЬНЫХ ЭНДОСКОПОВ «СПДС» С ПРОДУВКОЙ И СУШКОЙ КАНАЛОВ

ХРАНЕНИЕ ЭНДОСКОПОВ (В ТОМ ЧИСЛЕ БРОНХОСКОПОВ, КОЛОНОСКОПОВ) ДО 7 СУТОК

«СПДС-10-ШСК»

«СПДС-5-ШСК»

«СПДС-100-Р»

«СПДС-120-Р»

«СПДС-120-Р» передвижной

WWW.STERILNOST.RU

+7 (4852) 75-96-07
+7 (4852) 75-94-27
150007, г. Ярославль,
ул. Университетская, 21
spds@sterilnost.ru

• РЕЦИРКУЛЯТОРЫ УФ-БАКТЕРИЦИДНЫЕ «СПДС» ДЛЯ ОБЕЗЗАРАЖИВАНИЯ ВОЗДУХА В ПРИСУТСТВИИ ЛЮДЕЙ

ШИРОКИЙ СПЕКТР ЦВЕТОВОЙ ГАММЫ

Реклама

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА на 2018 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 **1800 ₽**

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 10 мая 2018 г.

НАИМЕНОВАНИЕ	Сумма, руб.
Годовая подписка на журнал «Санаторно-курортная отрасль»	1800, 00
Итого:	1800, 00
НДС	—
Всего к оплате:	1800, 00

Всего к оплате: Одна тысяча восемьсот рублей 00 коп. Счет действителен до 31.12.2018

Директор Дмитреев С.Ф.

Выставочная компания «СОУД-Сочинские выставки» приглашает Вас

22-23 ноября, 2018

Сочи, Имеретинская низменность, комплекс «Адлер-Арена»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ФОРУМ В СОЧИ

SIFT

ФОРУМ - ГЛАВНАЯ ДЕЛОВАЯ ПЛОЩАДКА ПО ВНУТРЕННЕМУ И ВЪЕЗДНОМУ ТУРИЗМУ В РОССИИ

22-23 ноября
XV Юбилейная Международная туристская выставка
«Курорты и Туризм. Сезон 2018-2019»

22-23 ноября
XIX Международная специализированная выставка
«Гостинично-ресторанный бизнес-2018»

22-23 ноября
Конгресс «Ключевые стратегические направления развития, технологии и сервис во внутреннем и въездном туризме»

19-21 ноября
Ознакомительно-образовательные туры по объектам курортно-делового Сочи

tour-forum.com, +7(862) **262-25-38, 262-26-93,** e-mail: **alf@soud.ru**

Федеральное агентство по туризму

Администрация Краснодарского края

Курорты Краснодарского края

СОУД Сочинские выставки

АЛВАН

Реклама

ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ «Здравница-2018»

Ставропольский край, г. Кисловодск, 27–29 мая 2018

Нарзанная галерея, ул. Коминтерна, 2

При поддержке:

- Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
- Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации
- Управления Делами Президента Российской Федерации
- Правительства Ставропольского края
- Федерального агентства по туризму Российской Федерации
- Министерства по делам Северного Кавказа
- Корпорации развития Северного Кавказа
- Министерства здравоохранения Российской Федерации
- Российской Академии наук
- Всемирной федерации водолечения и климатолечения (FEMTEC)
- Федерации независимых профсоюзов России
- Национальной Курортной Ассоциации
- Российского Союза туриндустрии
- Российского общества врачей восстановительной медицины, медицинской реабилитации, курортологов и физиотерапевтов
- Международного Университета Восстановительной медицины
- Московского научно-практического центра медицинской реабилитации, восстановительной и спортивной медицины Департамента здравоохранения города Москвы
- Общественной палаты Ставропольского Края

РОСТУРИЗМ

*За **18 лет** своей истории Всероссийский форум профессионалов санаторно-курортной отрасли зарекомендовал себя как востребованная площадка для развития диалога бизнеса, научного сообщества и государственных структур по вопросам реализации возможностей санаторно-курортного комплекса России в интересах развития туризма, укрепления здоровья нации, увеличения трудового потенциала, профессионального долголетия и продолжительности жизни россиян.*

Наша страна обладает уникальным разнообразием природных лечебных ресурсов, развитой сетью санаториев и здравниц, фундаментальной медицинской школой. Это серьезный ресурс, который должен быть в полной мере использован для повышения качества жизни российских граждан и создания дополнительных стимулов экономического роста регионов субъектов Российской Федерации.

После проведения Президентом России В. В. Путиным двух заседаний президиума Государственного совета Российской Федерации, напрямую касающихся развития оздоровительного туризма и реализации потенциала отечественного санаторно-курортного комплекса – в Ялте в 2015 году и в Белокурихе в 2016 году – была активизирована работа по продвижению российских санаториев и популяризации санаторно-курортного туризма. Проведена серия инфотуров для СМИ и блогеров, в социальных сетях стало появляться все больше постов и обсуждений на тему отдыха в санатории.

Как результат, сегодня санаторно-курортным туризмом интересуются все больше людей молодого и среднего возраста. Эта тенденция знаменует новый этап в развитии российского санаторно-курортного комплекса.

О росте спроса оздоровительного туризма в России в последние годы свидетельствует целый ряд показателей. Например, численность размещенных в санаториях лиц возросла с 2000 по 2016 год на 27,9%, а объем платных санаторно-оздоровительных услуг, оказанных населению, – в 6,5 раз.

Сегодня ключевыми задачами являются повышение общей привлекательности санаториев и здравниц, проведение уровня сервиса санаторно-курортных учреждений в соответствие с современными требованиями россиян, а также внедрение новых технологий в области санаторно-курортных услуг.

Форум «Здравница», который ежегодно собирает представителей государственных органов власти, профессионалов санаторно-курортной отрасли, предпринимателей и руководителей санаторно-курортных учреждений, вносит весомый вклад в решение этих задач.

Уверен, что итогом Форума 2018 года, как и в предыдущие годы, станут конструктивные предложения по совершенствованию действующего законодательства и путями развития санаторно-курортной отрасли, а также рекомендации по консолидации всех заинтересованных сторон для достижения общих целей.

Желаю всем участникам успехов, эффективной и плодотворной работы!

Руководитель Федерального агентства по туризму

О. П. Сафонов

Дорогие друзья!

Приветствую участников, гостей и организаторов Всероссийского форума «Здравница-2018»! Добро пожаловать на Ставрополье!

Считаю знаковым то, что обсуждение ключевых вопросов развития индустрии оздоровительного туризма проходит на нашей земле. У Ставропольского края исторически сложилась репутация региона-здравницы. На его территории формируется примерно 18% рынка услуг оздоровительного туризма в России.

Города Ставрополья — курорты Кавказских Минеральных Вод, уникальные по благотворно выраженности бальнеологии. Целебные природные ресурсы региона были открыты еще более двух веков назад. И с тех самых пор у нас непрерывно развиваются и совершенствуются традиции оздоровления и санаторно-курортного дела.

Сегодня, при активном участии федерального центра, Кавказские Минеральные Воды динамично развиваются — растет уровень благоустройства городов-курортов, совершенствуется инфраструктура, расширяется перечень и качество предоставляемых услуг. Повышается интерес отдыхающих к региону: в прошлом году туристов на КМВ впервые за долгий период превысил миллион человек.

Убежден, что ставропольские наработки в санаторно-курортной сфере заинтересуют специалистов отрасли из других регионов. Со своей стороны, мы так же открыты для новых идей. Убежден, что форум станет эффективной площадкой для обмена мнениями и опытом, формирования новых контактов и решений, которые помогут развитию российской санаторно-курортной отрасли.

Желаю всем участникам «Здравницы-2018» интересного общения и продуктивной работы!

Губернатор Ставропольского края

В. Владимиров

Уважаемые участники и гости Всероссийского форума «Здравница-2018»!

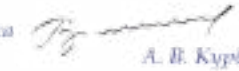
Сердечно приветствую вас на состоятельной земле города-курорта Кисловодска!

Мы рады доброй традиции — проводить у нас подобные деловые встречи и рассматриваем это как признание успешного развития федерального бальнеологического курорта, обладающего уникальными природными лечебными факторами, высоким уровнем материально-технической и научной базы, где на протяжении многих десятков лет отечественные специалисты лечебно-восстановительной медицины применяют передовые методики оздоровления граждан.

В этом году форум серьезно расширил привычные рамки, став значительным событием в запуске профессиональной площадки для комплексного решения задач по развитию в России высокотехнологичного санаторно-курортного комплекса, а также прекрасной возможностью для укрепления сотрудничества и делового общения.

Убежден, что столь масштабный и авторитетный форум внесет достойный вклад в практическую реализацию государственной политики в области оздоровления нации, формирования здорового образа жизни населения, а также поспособствует решению задач для эффективного использования экономического, курортного и туристического потенциала Кавказских Минеральных Вод и города-курорта Кисловодска.

Глава города-курорта Кисловодска



А. В. Курбатов

Уважаемые участники и гости Всероссийского форума «Здравница-2018»!

В этом году, спустя 15 лет Всероссийский форум «Здравница» возвращается на Кавказские Минеральные Воды!

По богатству и разнообразию группы минеральных источников Кавказские Минеральные Воды представляют собой редкое явление: здесь и источник Нарзан в Кисловодске с его бурящим от углекислоты «холодным кипятком», и горячие воды Пятигорска и Железноводска, радоновые (Пятигорск), сероводородно-кварцевые (Ессентуки) и другие воды. На относительно небольшой территории Кавказских Минеральных Вод насчитывается свыше 130 минеральных источников, 90 из которых эксплуатируются с лечебной целью. Народу с минеральными водами курортные ресурсы КМВ составляют бальнеологические каштан и сульфидная грязь лиманов Ставропольского края, которую привозят для применения на всех курортах.

Почти 300-летняя история Российских курортов и курортологии демонстрирует возможности курортной медицины как в восстановлении здоровья больных, сохранении здоровья здоровых, так и в продлении активной жизни старшего населения.

Давно пора оценить и закрепить роль, которую могла бы играть курортология в стратегии превентивной медицины. Если курортные факторы стимулируют защитные силы организма, способны лечить и оздоровлению, то эффект их воздействия может быть одинаково полезен и больному, и здоровому человеку. Для этого необходимо развивать направление превентивной переориентированной курортологии с целью разработки индивидуальных программ по сохранению здоровья здоровых и долго-живущих.

Предметом активных исследований должна стать проблема нормативного конструирования бальнеологических, физических факторов и лекарств. Это позволит не только оптимизировать комплексную терапию, но и будет способствовать обоснованию и разработке новых современных методов бальнеотерапии и курортологии.

России нужна принципиально новая система управления динамикой здоровья населения, построенная по профилактическому принципу, данная система потребует поддержки всех государственных, общественных институтов страны и будет способна при этих условиях стать важным для развития отечественной системы здравоохранения.

Правительство ведет целенаправленную политику по созданию условий для развития санаторно-курортных организаций, активно используя для этого кластерные подходы. Народу с развитием курортной инфраструктуры и подготовкой высококвалифицированных кадров, для развития санаторно-курортного кластера определяющим является организация площадок, на которых можно и нужно обсуждать вопросы развития, создания современных научных методик санаторно-курортного лечения и оздоровления, а также обмениваться опытом и осуществлять поиск новых взаимовыгодных контактов.

Национальная Курортная Ассоциация активно способствует научному развитию курортологии, внедрению научных достижений в практику санаториев, популяризации курортов среди населения. Сегодня, как никогда, важно сохранив традиции санаторно-курортного лечения, вдохнуть в него новую жизнь.

Сейчас перед Всероссийским форумом «Здравница», как головным Форумом отрасли, стоят новые масштабные задачи, и для их реализации нам нужны не просто мечтатели, а санаторно-лидеры, способные придать новый импульс развитию.

Форум является площадкой, на которой мы рассмотрим и обсудим планы. Нам, в свою очередь, важны ваши опыт и знания в управлении санаторно-курортными организациями и продвижении услуг. Главное — это наше совместное желание и стремление выбести санаторно-курортную отрасль России на лидирующие мировые позиции!

Уверен, что все участники Форума смогут найти среди многообразия тем и докладов то, что будет им интересно и полезно. Надеюсь, что работа на секциях и круглых столах будет сопровождаться плодотворной и конструктивной дискуссией.

И я с большим удовольствием приглашаю всех заинтересованных лиц принять участие в работе Всероссийского форума «Здравница-2018».

Президент Национальной Курортной Ассоциации, Академик РАН, профессор

А. Н. Разумов

Дирекция форумов по восстановительной медицине и курортологии
Сайт: www.rumed.ru • Телефон: +7 (495) 621-40-26, +7 (495) 621-61-95 • E-mail: forum-2010@mail.ru
Адрес: 105062, г. Москва, Фурманный переулок, д. 8, стр. 2

Увеличиваем продажи санаториев

TravelLine, ведущий разработчик онлайн-сервисов для индустрии гостеприимства, представляет модуль бронирования для сайта санатория. Первые 50 санаториев, которые попробовали новую форму уже достигли таких результатов:

+1,33%
рост конверсии сайта

+5%
рост продаж путёвок

+5%
рост количества семейных броней

–10%
уменьшение отмен броней

Хотите также?

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

TRAVELLINE

Данные приведены по отношению к прошлогодней форме бронирования TravelLine. О других преимуществах формы бронирования TravelLine узнайте на сайте: travelline.ru

ЧТО БУДУТ ОБСУЖДАТЬ

НА ДИСКУССИОННОЙ СЕССИИ ПО МАРКЕТИНГУ НА ФОРУМЕ «ЗДРАВНИЦА-2018»?

Текст: *Мария Денисова*

Все больше руководителей санаторно-курортных организаций приходят к мысли: основная цель предприятия будет достигнута при комплексном подходе, который предполагает изучение потребностей клиента в курортном лечении и отдыхе и создании продукта, который позволит их удовлетворить. Так что интерес к маркетингу в курортном деле растет из года в год. Все больше санаториев выбирают клиентоцентрированный подход, пересматривают качество сервиса и планомерно работают над повышением качества предлагаемых услуг.

Откликаясь на потребности санаториев, которые ищут различные инструменты, чтобы стать более подкованными в сфере продвижения и позиционирования своих услуг, организаторы форума «Здравница-2018» в этом году подготовили очень сильный блок по маркетингу в курортном деле. Лучшие маркетологи, бизнес-тренеры, руководители санаториев подготовили насыщенную, разнообразную программу, которая поможет не только познакомиться с новаторскими решениями и обрести новые полезные контакты, но и набрать портфель полезных инструментов для развития санатория.

Команда Бизнес-журнала «С.К.О. Санаторно-Курортная Отрасль», который в этом году является генеральным информационным партнером Форума, не смогла оставаться в стороне и взяла на себя организацию **дискуссионной сессии «Эффективный маркетинг в Санаторно-курортной отрасли».** Дискуссионная сессия пройдет 27 мая 2018 года в «Парк-отеле», г. Кисловодск и продлится около четырех часов. Условно сессия будет разделена на два мероприятия: панельную дискуссию и круглый стол.

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ «ВЫБОР ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ»

В рамках панельной дискуссии планируется обсуждение наболевших проблем, которые тормозят развитие отрасли.

Владимир Рыжкин, заведующий отделением ОКБ №1 (г. Екатеринбург) и главный специалист Министерства здравоохранения Свердловской области по физиотерапии, представит доклад на тему *«Почему Минздраву неинтересно работать с санаториями?»*. Возможно, именно здесь руководителям санаторно-курортных учреждений удастся найти коллегиальное решение данной проблемы и отработать схемы взаимовыгодного сотрудничества с Министерством здравоохранения.

Директор туроператорской компании «Здоровый Мир – Сочи» **Светлана Дудукчан** в своем выступлении остановится на сотрудничестве санаториев с турфирмами и озвучит, какие моменты мешают санаториям с максимальной отдачей использовать этот канал для продвижения услуг.

Ольга Казак, менеджер по работе с партнёрами в России и СНГ ресурса Booking.com расскажет о том, как санаториям существенно увеличить охват целевой аудитории и производить масштабные продажи, используя систему онлайн-бронирования отелей.

Независимый эксперт по технологиям и менеджменту в санаторно-курортной отрасли **Михаил Кочиашвили** в своем выступлении на тему *«Внутренний маркетинг. Политика продаж. Программы лояльности. Формула успешного внутреннего маркетинга»* расскажет о том, как должна быть организована система внутреннего маркетинга в санатории, чтобы он работал как часы и приносил максимальную прибыль. Подробно остановится на том, как «воспитать» лояльного клиента, который будет возвращаться в санаторий снова и снова.

Мы, как организаторы, надеемся, что в ходе панельной дискуссии состоится активное общение между всеми её участниками, и в итоге будут найдены пути решения существующих проблем.

КРУГЛЫЙ СТОЛ «УСПЕШНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ САНАТОРНОГО МАРКЕТИНГА. ПЕРЕНИМАЕМ И ВНЕДРЯЕМ»

На круглом столе самые успешные управленцы санаториев, бизнес-тренеры и специалисты смежных областей поделятся со всеми желающими своим опытом в области позиционирования и продвижения санаторно-курортных услуг.

Директор санатория «Янган-Тау» **Альфред Акбашев** представит доклад на тему *«Качественный сервис и эффективное лечение как главный инструмент маркетинга»*. По мнению Альфреда Рашитовича, сегодня потребитель санатория должен быть поставлен в центр внимания и, соответственно, должна существенно измениться культура обслуживания в санаторно-курортных учреждениях.

Генеральный директор ОАО Санаторий «Алтай-West» **Марина Попеляева** в своем выступлении *«Секреты истинного сервиса»* расскажет, на каких факторах должна строиться маркетинговая политика любого современного санатория. *«При организации оказания услуг мы должны ориентироваться на ценности и приоритеты наших клиентов и соответствующим образом готовить персонал»* – красная нить ее выступления. В своем докладе она остановится на методах мотивации сотрудников разных служб, и расскажет, как вырастить сотрудника, действительно заинтересованного в построении доверительного отношения с клиентом и решении его проблем.

Дмитрий Богданов, генеральный директор ООО «СКК «Знание», в своих докладах *«Проекты «Народный университет»* и *«Раз в год в хороший санаторий»* поделится личным опытом решения проблемы заполняемости санатория в межсезонье и расскажет о том, как грамотно снижать цены на услуги, чтобы получать прибыль даже не в сезон и избежать простаивания номерного фонда.

Это лишь некоторые доклады, которые будут озвучены на вышеупомянутом круглом столе. Каждый докладчик представит свой личный опыт и наработки в области управления санаторием и продвижения санаторно-курортных услуг. Прелесть таких бизнес-встреч заключается в том, что можно быстро взять на вооружение рекомендации спикеров и коллег по отрасли и уже завтра по приезде домой применять их для развития вашего учреждения.

Вместе развивать ваш санаторий будет проще!

Санатории.
Курорты.
Медицинские
центры

MedTravelExpo

2-я международная выставка
медицинских и оздоровительных услуг,
технологий оздоровления и лечения
в России и за рубежом

МЕДИЦИНСКИЕ ВЫСТАВКИ

28-30 ИЮНЯ ГОРОД СОЧИ

XIX МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА МЕДИЦИНСКОЙ ТЕХНИКИ, ТЕХНОЛОГИЙ И ФАРМПРЕПАРАТОВ ДЛЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

МЕДИЦИНА – СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

II МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ. WELLNESS

Реклама

+7 (862) 231-11-68
www.sochi-expo.ru

СОЧИЭКСПО

Российский национальный исследовательский медицинский университет им. Н.И. Пирогова,
Региональная общественная организация поддержки развития медицинских технологий и стандартов качества медицинской помо
Союз реабилитологов России и Российская ассоциация по спортивной медицине и реабилитации больных и инвалидов.
При поддержке: Министерства здравоохранения Российской Федерации,
Главного медицинского управления Управления делами Президента Российской Федерации,
Российского союза промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленной палаты Российской Федерации,
Федерального медико-биологического агентства, Клуба инвесторов фармацевтической и медицинской промышленности

РЕАБИЛИТАЦИЯ и санаторно-курортное лечение

XVI Международный конгресс
«РЕАБИЛИТАЦИЯ И САНАТОРНО-КУРОРТНОЕ ЛЕЧЕНИЕ

27-28 сентября 2018

Москва, ул. Новый Арбат, 36

ЭКСПО ПРЕСС
expodata.info
образовательный портал

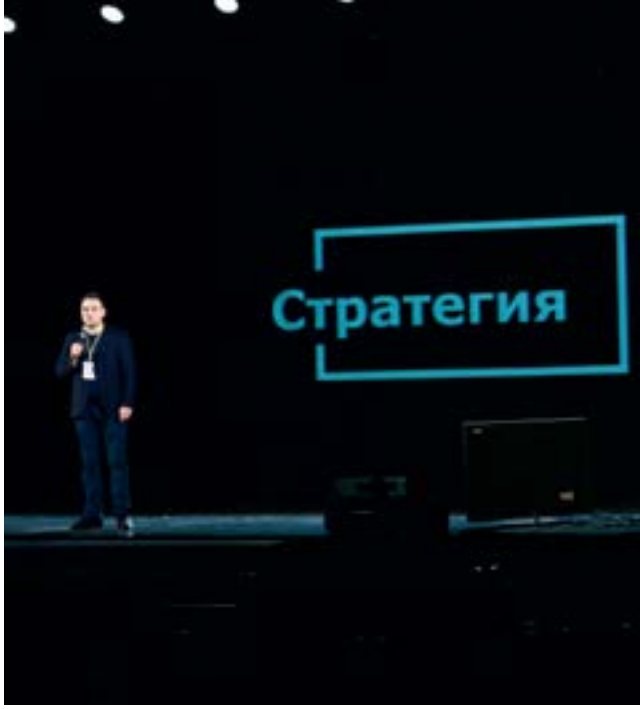
Основные направления работы конгресса:

- Программы реабилитации больных с коморбидными состояниями.
- Организационно-методические основы разработки и внедрения новых технологий в медицинскую реабилитацию.
- Нормативно-правовое регулирование медицинской помощи по медицинской реабилитации.
- Подготовка кадров для совершенствования системы оказания медицинской помощи по медицинской реабилитации.
- Реабилитация в программе предупреждения преждевременной смертности.
- Оценка эффективности проведения реабилитационных мероприятий.
- Актуальные вопросы медицинской реабилитации детей и подростков.
- Современные технологии медицинской реабилитации в кардиологии, гинекологии, неврологии, пульмонологии, онкологии, гастроэнтерологии и санаторно-курортной практике.
- Презентация новых медикаментозных и немедикаментозных технологий медицинской реабилитации.

Реклама

Оргкомитет конгресса:
E-mail: o.komitet@bk.ru
Тел: +7 (495) 617-36-43; (495) 617-36-44;
+7 (495) 617-36-79; www.expodata.info

Место проведения конгресса:
Москва, ул. Новый Арбат, 36.
Проезд: до ст. метро «Арбатская», «Смоленская», «Краснопресненская».



4P-MEDICA

МАРКЕТИНГ В ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ И ЧАСТНОЙ МЕДИЦИНЕ

ИДЕИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ

17–18 апреля 2018 года наш журнал организовал и провел в Екатеринбурге практическую конференцию «4P-Medica. Маркетинг в оздоровительном туризме и частной медицине». Помощь в проведении оказало Агентство Медицинского Консалтинга D-ZERTS из Москвы. Пожалуй, это первое в России столь масштабное мероприятие, посвященное медицинскому маркетингу. По крайней мере, в санаторной отрасли оно точно стало самым большим и значимым.

Мы рады, что первый блин не вышел комом. С другой стороны, основная тематика нашего издания – менеджмент и маркетинг в санаторно-курортной отрасли и кому как не нам организовывать такие мероприятия. Мы всегда считали, что тема санаторного маркетинга не менее важна, чем те темы, которые обсуждаются на различного рода совещаниях, вплоть до заседаний госсовета во главе с Президентом России. Принятые на них решения не приведут к результатам, если не будет решена проблема заполнения санаториев клиентами. К счастью, понимание важности маркетинга для развития отрасли постепенно приходит и трансформируется в конкретные действия. Вторым в текущем году значимым для отрасли мероприятием в этом направлении будет секция по маркетингу на 18-м Всероссийском форуме «Здравница 2018» в Кисловодске. Хотим выразить признательность организаторам форума за то, что по сравнению со «Здравницей 2017» тема санаторного маркетинга расширена с одного круглого стола до полноценной, разнообразной и насыщенной трехдневной программы.

Итак, секции по маркетингу еще только предстоит начать работу, искренне пожелаем ей успеха, благодарных слушателей и, конечно же, конкретных позитивных результатов, которые обязательно будут у участников Форума «Здравница». А мы уже можем рассказать, как проходила наша конференция.

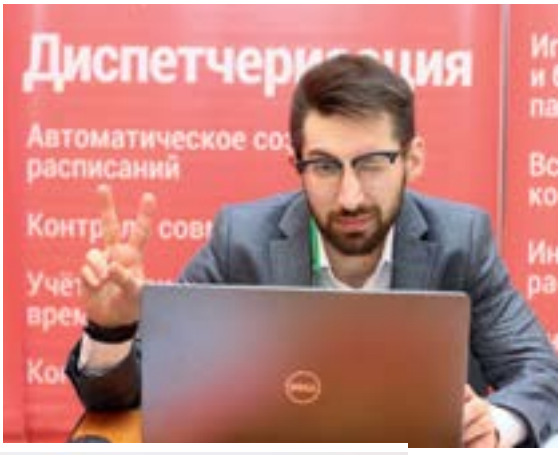
В мероприятии участвовало около 200 человек и свыше 90 компаний. География конференции была представлена разными регионами страны: присутствовали участники из республик Татарстан, Башкортостан, Карелия, Крым, со всех регионов Урала, Сибири, Центральной России и Юга, из Москвы и Санкт-Петербурга. Среди спикеров были как представители медицинского сообщества, так и специалисты в области маркетинговых технологий.

«4P-MEDICA»: ФИЛОСОФИЯ 4П

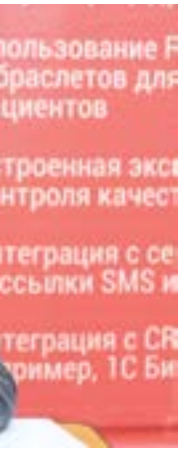
Когда мы начали разработку концепции нашего мероприятия, появилась необходимость придумать емкое, запоминающееся имя, которое впоследствии станет брендом.

4P-medica

Санаторium
Приложение для клиентов
Программа лояльности



4P-medica



Хотелось объединить в названии и маркетинг и медицину. В результате и родилось «4P-medica». Первая часть – это обозначение всем известной концепции классического маркетинга «4P». Второе слово – «medica» – это некое «имя собственное», отсылающее к медицинской тематике. Но маркетинг тем и хорош, что позволяет вольности в использовании слов, трактовке и придумывании торговых марок. Конечно, названием дело не ограничилось. Необходимо было поделиться со спикерами и участниками конференции нашим пониманием медицинского маркетинга. Мы хотели, чтобы у участников конференции сложилось понимание: главная задача медицинского маркетинга заключается в донесении до клиента информации о том кто, где и какой ценой может помочь решить его проблемы со здоровьем. Поэтому в названии «4P» была заложена еще одна философия, ради которой мы опять немного вольно обошлись с лингвистикой, заменив латинские «Пи» на русские «Пэ». В результате наша философия «4-П» звучит так: «Получая Прибыль, Помогай Пациенту». Этой философии и нашему пониманию медицинского маркетинга мы посвятили ролик, которым начинали каждый день конференции. Надеемся, что он вдохновлял участников и спикеров на плодотворную работу.

КАК ЭТО БЫЛО

За два дня конференции на сцене концертного зала выступили 24 спикера, каждый из которых является экспертом в своей области. Значительная часть докладов посвящалась продвижению услуг: спикеры представили широкий спектр маркетинговых методик. Были и выступления, посвященные внутренней организации работы в клинике или санатории. В частности, работе с персоналом, его мотивации, организации пространства и дизайну центра. Тему интернет-маркетинга раскрыли сразу несколько классных спикеров, чьи выступления вызвали неподдельный интерес и большое количество вопросов из зала. К сожалению, жесткий регламент мероприятия не позволил подробно ответить на все вопросы непосредственно со сцены, поэтому спикеры продолжили общение с участниками в перерывах. Также живо отреагировал зал и на выступление, посвященное юридическим аспектам медицинской рекламы. Некоторые участники конференции уже сталкивались с санкциями за нарушения законодательства о медицинской рекламе и поэтому очень внимательно слушали советы о том, как избежать подобного в будущем. Но, конечно же, абсолютное большинство участников интересовалось тем, как увеличить продажи.

КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ: МАРКЕТИНГ ДЛЯ САНАТОРИЕВ И КЛИНИК

В этом вопросе участникам помогли, в той или иной степени, почти все спикеры. Каждый из них, несмотря на короткое время, отведенное на выступление, успел дать полезные практически советы и отдельные инструменты маркетинга из разряда «бери и делай». К тому же участники, выбравшие пакет по тарифу «Бизнес», получили видеозаписи спикеров за исключением нескольких, наложивших ограничение на распространение своих материалов.

Учитывая большое количество спикеров и, соответственно, ограниченное время докладов, из выступлений получились этакие «пробники». Но в этом тоже есть большая польза. Среди спикеров были и бизнес-консультанты, которые готовы помочь в налаживании эффективных бизнес-процессов в санаториях и медцентрах. И такой формат наиболее эффективен при выборе консультанта. Как говорится, лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.

ХЭДЛАЙНЕРЫ

Одним из хэдлайнеров конференции стал **эксперт в области медицинского маркетинга Михаил Кочиашвили.** Михаил Исидорович – врач, почетный доктор медицинских наук, автор успешных методик по маркетингу, менеджменту и оздоровительным программам. Это человек, чьи выступления всегда вдохновляют публику. На конференции «4P-Medica» Михаил Кочиашвили выступил с докладом, в котором осветил вопросы внутреннего маркетинга, политики продаж и программы лояльности, а также представил слушателям готовые инструменты для продвижения медицинских и оздоровительных центров. Его выступление было адресовано управленцам – главным врачам, директорам медицинских центров и здравниц. Помимо доклада, Михаил Кочиашвили в рамках конференции провел для сотрудников служб бронирования тренинг, на котором были представлены

Вадим ГРЕШНОВ, директор санатория «Бузулукский Бор», Оренбургская обл.:

«На первом семинаре (который также был организован компанией «Вита-Техника») выступал Михаил Кочиашвили, и я был очень вдохновлен. Проблемы у нас в том, что управлению санаториями у нас не учат нигде – это же не образование, а специфика. И после того семинара с Кочиашвили я воплотил их в жизнь полученные знания, и загрузка в моем санатории выросла от 50 до 75% по году. В частности, после семинара мы в своем санатории начали продавать не дни пребывания в санатории, а программы, а это совершенно другая концепция. Что касается сегодняшней конференции, я уже получил массу новых знаний, и что-то из этого я точно буду вводить в обиход. Из интересных маркетинговых инструментов – «Обними своих клиентов», «Найти и обезвредить недовольных пациентов», и это то, что можно использовать».

Салават НАФИКОВ, заместитель директора по развитию санатория «Яктыкуль», (Республика Башкортостан):

«Конференция организована на очень высоком уровне. Двадцать минут на выступление – такой формат наиболее оптимален, и он позволяет за 2 дня послушать 24 спикера и что-то полезное для себя найти. Из спикеров могу выделить Романа Тарасенко, который объяснил сложные вещи простыми словами. Еще отмечу Михаила Кочиашвили: его надо послушать всем директорам и управленцам санаториев. Он говорит на их языке. И он дает информацию о продвижении четко и понятно.

Я для себя увидел много медицинских центров, с кем было бы интересно наладить контакты. Санатории и медицинские центры – это две группы, которые мало общаются между собой, но это группы, нуждающиеся друг в друге. Полезно было бы связать эти группы во взаимодействии, чтобы пациенты ехали в санатории по рекомендации своих лечащих врачей».

Дина НИКИТЕНКО, менеджер по рекламе ООО «Санаторий «Кедр», г. Саянск, Иркутская обл.:

«Конференция «4P-Medica» произвела приятные впечатления, понравился уровень организации. Для меня очень важно было узнать для себя то, что я ещё не знала и не применяла в своей работе. Понравились спикеры, которые давали советы и рекомендации, для нас это очень важно и ценно. Хочется выделить таких спикеров как Наталью Попову, Наталью Базуеву, Евгения Ившукова – всё понятно и по делу. Кофе-брейк и фуршет тоже привнесли свою пользу, помогли сблизиться с участниками конференции и обменяться опытом работы. Порадовали розыгрышем призов среди участников и таких приятно неожиданных мелочей в номере, как коробка конфет и приветственное письмо от организаторов. Хочется отметить уютную доброжелательную атмосферу, которую удалось создать организаторам. Спасибо за организацию мероприятия и возможность узнать что-то новое для себя!»

Лариса АНТОНОВА, директор компании do TERRA, г. Нижний Тагил:

«Я рада, что смогла присутствовать на конференции «4P-medica». Благодарю всех участников и спикеров за очень полезное деловое общение и актуальные вопросы санаторно-курортной медицины, которые поднимались в процессе. Все темы, лично для меня, были очень интересны. На все вопросы, которые меня волновали, в итоге нашлись ответы. Придраться не к чему: вкусные обеды и ужин, регистрация участников «без проволочек», помощь в оформлении... От всей души благодарю организаторов!»

практические методы для увеличения продаж.

Многие участники отметили зажигательное выступление **бизнес-спикера и консультанта по маркетингу Романа Тарасенко**, бизнес-партнера самого известного российского автора книг по маркетингу и совладельца издательства «Иванов, Манн, Фербер» Игоря Манна. Роман представил публике мастер-класс «ТОП-5 маркетинговых инструментов клиники». Очень ценными были его портреты потенциальных потребителей медицинских услуг, используя которые можно более точно настраивать рекламные инструменты, превращая их из оружия, бьющего «по площадям» в «высокоточное» оружие XXI века.

ИНФОРМАЦИЯ: ОРУЖИЕ №1 НА ПОЛЕ МАРКЕТИНГОВЫХ БИТВ

Тот, кто владеет информацией, – владеет миром. И тот, кто удачно подает информацию о клинике или санатории, эффективно «упаковывает» продукт, тот в итоге увеличивает загрузку и доходность.

Повторимся, что много выступлений было посвящено современным информационным технологиям, которые можно успешно использовать для продвижения медицинских центров, санаториев и их услуг. Среди таких информационных инструментов работа с социальными сетями, онлайн-продажи и бронирование, SMM-продвижение и многое другое.

Спикер Евгений Летов, основатель агентства «Промо Эксперт», рассказал о самостоятельном продвижении сайта в интернете.

Алексей Коновалов, директор студии по интернет-маркетингу «Просто», эксперт по настройке рекламных кампаний в сервисах Яндекс.Директ, Google Adwords, ВКонтакте, MyTarget, Facebook, рассказал, как грамотно и

эффективно продавать через Яндекс. Директ.

К сожалению, объем статьи не позволяет отметить всех спикеров, но все другие выступления также были очень полезными и интересными.

КОНКУРС ВИДЕОРОЛИКОВ

Говоря о технологиях, которые помогают продажам, нужно упомянуть о продвижении с помощью видеорекламы. Именно поэтому, в рамках конференции мы провели фестиваль медицинской видеорекламы «КИНОМЕД». Пока мы собирали ролики для конкурса, уральские художники разработали эскиз главного приза фестиваля. При его изготовлении использовались уральские камни и металлы. Ролики, прошедшие предварительный отбор и вошедшие в Short-лист, демонстрировались в перерыве между устными выступлениями. Еще одной целью этой демонстрации стало определение ролика, за который зрители должны были отдать наибольшее количество голосов. Для этого мы использовали онлайн-платформу, подключившись к которой можно было проголосовать за понравившийся ролик. По результатам этого голосования, Приз зрительских симпатий получил ролик санатория из Татарстана **«Ижминводы. Шифалы-Су»** за киноэкскурс в историю санатория. А судьбу главного приза решило жюри. Счастливым обладателем приза и Победителем в конкурсе «Киномед» стал Пермский **Центр кинезитерапии «Олимпия»** за замечательный ролик о дедушке и его внуке.

НАГРАДА – ГЕРОЮ

В 2016 году мы создали и опубликовали в Бизнес-журнале «С.К.О.» рейтинг Топ-30 финансово успешных санаториев. Поскольку единственной открытой финансовой информацией о санаториях является его выручка, то рейтинг основывался именно на этом критерии. Уже после нас, другими организациями были составлены несколько рейтингов Топ-100. В них основной показатель – выручка – обыгрывался в различных сочетаниях с другими показателями, например количеством мест, величиной прибыли и т.п. Летом 2017 года мы провели Конкурс на лучшую службу бронирования санаториев, входящих в наш рейтинг, путем опроса служб бронирования по принципу «тайного покупателя». В результате победителем оказалась Анастасия Любимова из ЗАО «Клиника Кивач». Учитывая то, что окончательное решение о приобретении путевки в конкретный санаторий люди принимают после общения с сотрудником службы бронирования, было решено, что победитель, должен быть награжден очень достойно! Здесь помощь оказал **Дмитрий Богданов, генеральный директор СКК «Знание» г. Сочи.** Он предоставил сертификат на отдых и лечение в свой санаторий, а наша редакция сертификат на перелет в Сочи и обратно. Торжественное вручение наград состоялось в конце первого дня конференции. Сертификаты на отдых и перелет для победительницы получила руководитель службы бронирования **Виктория Каминская,** которая также выступила и в качестве спикера с докладом о клиентском сервисе. Уже в июле этого года Анастасия сможет насладится отдыхом в замечательном санатории «Знание». Пусть этот факт послужит примером того, что если человек добросовестно относится к своей работе, то рано или поздно это принесет ему результат.

ФОРМАТ КОНФЕРЕНЦИИ: ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ОТДЫХ И ОБЩЕНИЕ

Многие участники конференции отметили удачный формат мероприятия. Мы долго думали, как сделать мероприятие динамичным, современным и максимально полезным для участников. После рассмотрения различных вариантов был выбран формат, когда спикеры выступают в концертном зале с большой сцены. Каждое выступление предварялось динамичным видеороликом, презентовавшим аудитории спикера. Презентации (помимо большого экрана на сцене) дублировались на нескольких экранах в зале. Мы не ограничивали спикеров ничем кроме времени выступления. Они свободно могли перемещаться по сцене или стоять за трибуной. Через несколько докладов объявлялись перерывы на кофе, который можно было выпить прямо в зале, где была организована тематическая выставка. На стендах ряда компаний можно было ознакомиться с их предложениями. Среди участников выставки были – Агентство медицинского консалтинга D-ZERTS; компания Mango Office, один из лидеров российского рынка IP-телефонии и облачных информационных технологий; компания «Travelline» – разработчик онлайн-сервисов бронирования; «Санаториум» – разработчик программного обеспечения для санаториев и медицинских центров; типография «Артикул»; «Травы Башкирии»; «Альпен Фарма» и другие компании.

После насыщенного трудового дня приятно было продолжить общение на дружеском ужине, прошедшим в очень теплой атмосфере под виртуозный живой аккомпанемент саксофона.

Конференция закончилась, оставив яркие впечатления в памяти всех участников. Маркетинговые инструменты будут взяты на вооружение управленцами санаториев и медицинских центров. Круг вопросов и проблематики отрасли получит свежие ответы и решения, а отрасль выйдет на новый уровень своего развития. Подавляющее большинство отзывов были абсолютно позитивными, но несколько замечаний мы все же получили. Все они касались подбора тематики выступлений спикеров и недостатка времени на выступления. Мы учли все пожелания и уже начали подготовку к Конференции «4P-medica'2019».

Ждем вас в апреле следующего года в Екатеринбурге!

4P-medica'19

II

2019

?

4

1 –

2 –

(- -
)

3 –

4 ,

31

- 2018 10%
- 20%*

*скидки суммируются

www.4p-medica.ru

109csko.ru

г. Екатеринбург

+7 (343) 288 51 47

МИХАИЛ КОЧИАШВИЛИ: «МОЖНО ПРАКТИЧЕСКИ БЕЗ БЮДЖЕТА ПОСТРОИТЬ МАРКЕТИНГОВУЮ ПОЛИТИКУ, КОТОРАЯ ПОЗВОЛИТ ДОСТИЧЬ РЕЗУЛЬТАТА!»

Интервью: ***Елена Чебыкина***

От главного редактора: « Михаил Исидорович Кочиашвили является давним другом нашего журнала, членом редакционной коллегии и постоянным автором очень полезных статей по менеджменту и маркетингу в санаторной отрасли. Особую ценность и весомость его материалам придает то, что все свои рекомендации он основывает не на теоретических посылах, а на личном, к слову сказать, очень успешном опыте преобразования многих здравниц, в том числе и зарубежных. Они являются «живым» подтверждением девиза М.И.Кочиашвили, который звучит как «Каждый санаторий может жить лучше». На мой взгляд, на сегодняшний день лучшего бизнес-консультанта в санаторной отрасли не найти. В этом номере журнала помимо очередной суперполезной статьи представляем эксклюзивное интервью, в котором Михаил Исидорович рассказывает о его оценке состояния санаторно-курортной отрасли и о том, что можно сделать сейчас для ее развития, а также делится впечатлениями о конференции «4P-Medica. Маркетинг в оздоровительном туризме и частной медицине».

– Михаил Исидорович, поделитесь, пожалуйста, впечатлениями о конференции «4P-Medica. Маркетинг в оздоровительном туризме и частной медицине».

– Конференция посвящена маркетингу в санаторно-курортной отрасли. Таких мероприятий, именно в таком формате, до сих пор не проводилось. И очень хорошо, что было много докладчиков с разной информацией, – это позволяет обмениваться опытом. Для всех участников это хороший стимул сделать преобразования в своей работе.

– Какие задачи вы ставили перед собой, выступая на конференции?

– Тема моего доклада касалась внутреннего маркетинга, политики продаж и программы лояльности. Как показывает моя практика, в этой сфере есть провал. Хотя можно работать максимально эффективно с минимальными бюджетами! Отговорка «у нас нет бюджета на маркетинг и рекламу» не является оправданием, поскольку у всех есть пациенты, которые к ним ходят. И выстроить взаимоотношения с этими людьми очень важно! Можно практически без бюджета построить внутреннюю маркетинговую политику, которая позволит достичь результата.

– Как вы думаете, вас услышала аудитория?

– По опыту предыдущих выступлений, всего лишь порядка 5% от всей аудитории реализуют то, что они слышат на подобных мероприятиях, вне зависимости от того, кто спикер. То есть определенная инертность отрасли присутствует. Тем не менее, мне удалось сделать два замечательных

проекта на Урале, – после того семинара, который Бизнес-журнал «С.К.О.» организовывал 2 года назад. Возможность сделать шаг вперед всегда есть!

– Возможно, и стоит ориентироваться на эти 5%, поскольку невозможно охватить всю аудиторию.

– Да, совершенно верно. Стоит ориентироваться на тех, кто созрел к данному моменту. В этом номере Бизнес-журнала «Санаторно-курортная отрасль» выходит моя статья под интригующим названием «Тайны мадридского двора» (читайте на стр. 34). Эта статья как раз про то сопротивление, с которым сталкивается тот, кто анонсирует модернизацию, изменения. И это сопротивление исходит от разных структур, начиная от главного врача и заканчивая финансово-экономической службой. На самом деле, это совершенно неоправданные страхи. Казалось бы, руководитель хотел бы что-то сделать, внедрить современные технологии, но он не всегда знает, как преодолеть сложности. Вот для этого как раз и нужен внешний тренер, куратор, который проводит стратегическую сессию и объясняет, что нет ничего страшного в инновациях, что от этого все будут жить лучше.

– С чем еще может быть связана инертность в отрасли и сопротивление ряда ее представителей?

– Если взять основные санаторно-курортные кластеры – Белокуриха, курорты в Сибирском федеральном округе, на Урале, в Московском федеральном округе, то можно увидеть, что у всех дела обстоят по-разному. Среди самых активных, к примеру, – Белокуриха. А те, кто пассивен, на подобные вопросы про инертность отвечают примерно так: «Мы уже срослись», «У нас глаз замылился», «Нас все устраивает» и т.д. Это значит, что в первую очередь отсутствует мотивационная система, а также нет внутрикорпоративной системы обучения. Очень важно в данных условиях, чтобы у клиники или санатория был внешний бизнес-тренер, который позволит сформировать эту мотивационную систему.

А еще очень многое зависит от руководителя. Там, где руководитель имеет политическую волю, где он грамотен, – там все получается! Как пример – звоню я в феврале руководителю санатория, человеку, с которым я начинал работать в качестве бизнес-тренера, спрашиваю: «Как дела? Февраль – это низкий сезон». А он отвечает: «100% загрузка в санатории»! И это тот случай, когда выигрывают все, – и пациенты, и предприятие. Для клиентов улучшается сервис, появляются новые продукты, санатории становятся более рентабельными, снижается сезонность.

Существует еще один момент. Если раньше государство уделяло больше внимания санаториям, то сейчас они предоставлены сами себе. А без постоянного повышения квалификации, без бизнес-тренингов санатории начинают «вариться в собственном соку». Появляется ощущение, что «и так всё хорошо». И если нет учредителя или руководителя, который ставит реальные цели продвижения и расширения, то санаторий будет инертен.

К тому же руководителями санаториев являются, как правило, врачи. И редко когда хороший врач является в то же время хорошим бизнесменом и менеджером. Это нормально, потому что задача врача – быть клиницистом, быть эффективным в лечении. Когда же на него вешаются организационные проблемы, а он не обучен, то он до конца не понимает, что нужно делать. А если человек не уверен, то он будет отвечать «нет» на инициативы. У директоров другая проблема – как правило, они пришли из другой отрасли, не из медицины, и нет понимания особенностей этой сферы. Дефицит образовательных процессов приводит к тому, что главный врач не обучается менеджменту, а менеджер не понимает особенности медицинской отрасли.

– Сейчас актуальна тема малобюджетного продвижения санаториев. Можете представить какой-нибудь работающий метод?

– Я могу рассказать об одной идее – это свести воедино городские медицинские центры и санаторно-курортные предприятия. К сожалению, санаторно-курортные учреждения полагают, что медицинские центры считают их конкурентами. А это абсурд. Вот только что, на конференции, я общался с представителем санатория в Челябинской области – у них не было средств на продвижение. И мы нашли »

выход. Договорились с челябинским консультационно-диагностическим центром, у которого нет своей терапевтической базы, а врачи центра заинтересованы, чтобы их схемы лечения где-то реализовывались. Мы организовали выезд врачей в санаторий, куда они приезжают на полставки и реализуют свои назначения. Это все практически без бюджета (только заработная плата специалистам). Люди приходят в центр на консультацию, а врачи их ориентируют и направляют в санаторий. И наоборот – клиенты приезжают в санаторий, где им доступно внимание врачей и определенная маршрутизация. Потом клиенты возвращаются в город и идут в эту клинику на консультации. Это старая советская схема, когда город направлял в санатории, и эта схема работает! Особого бюджета этот метод не требует, и он эффективен. Как врач, могу сказать, что когда я занимался врачебной практикой, мои пациенты без моей рекомендации ни в какой санаторий не ездили. Они до сих пор мне звонят и советуются, куда поехать, насколько подходит климат, лечение и т.д. Т.е. врач – это лучший рекомендатель и продавец услуг санатория.

Если говорить о других методах, то сегодня это интернет-маркетинг, который не требует большого бюджета, но требует активной и работающей маркетинговой или коммерческой службы. В отделе маркетинга и рекламы должно быть минимум 2 сотрудника, а службы продаж, бронирования, приема и размещения должны работать отдельно. Включение этих единиц в штат позволяет вывести санаторий на новый уровень дохода, а оптимизация и отказ от отдела маркетинга – это последнее дело. Меня учителя учили так: «Всегда стремись к продвижению, а не к отступлению». И это возможно! В тех санаториях, с которыми мне доводилось работать и где есть сильный разумный руководитель, все получается. Удваивается загрузка, создаются новые программы и, как следствие, санаторий выходит на ту рентабельность, которая позволяет развиваться, покупать новое оборудование, внедрять технологии, платить премии и обучать сотрудников.

– Знакомы ли вы с зарубежным опытом продвижения санаториев и медицинских центров с помощью маркетинговых инструментов?

– Да. Я 2,5 года работал в английской компании в отрасли менеджмента и маркетинга. Я практиковался в санаториях, – которые там называются Medical resorts, – в Великобритании, Италии, США (штат Калифорния). Конечно, есть своя специфика: там совершенно по-другому устроено здравоохранение, там другие принципы работы со страховыми компаниями, по-другому работает банковская система. Мне понадобилось много времени, чтобы адаптировать полученные за рубежом знания под наши реалии. Хотя у меня есть опыт внедрения банковских услуг в санатории, когда банк кредитовал пациентов непосредственно на месте, когда пациенты хотели купить в санатории какие-то платные услуги. И это, пожалуй, уникальный случай.

– Михаил Исидорович, спасибо вам за интересный и познавательный разговор. Наши читатели всегда с нетерпением ждут ваших статей.

Специальный выпуск

С.К.О. ПЕРСОНА

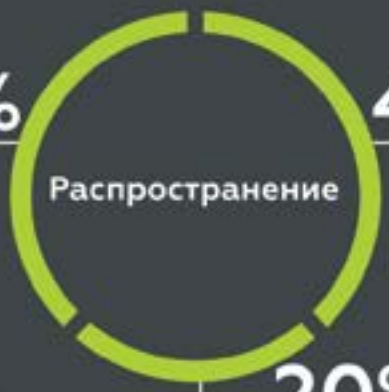
У каждого работника отрасли своя история...

Спецвыпуск «С.К.О. ПЕРСОНА» – своеобразный гимн людям, которые день ото дня трудятся в санаторно-курортной отрасли и каждый день совершают на работе незаметные подвиги.

Это интервью с:

- интересными личностями, которые работают в санаториях (от главного врача до горничной);
- именитыми учёными, специалистами курортологами;
- бизнес-тренерами, помогающими продвигать услуги санаториев;
- поставщиками медицинского оборудования для отрасли.

Об издании в цифрах



40% Адресная рассылка по СКУ России

40% Платная подписка

20% Специализированные конгрессы, форумы и конференции 20%

Тираж 2500 экз.

Объём: 64-72 стр.

Сделаем журнал вместе!

Вы – руководитель санатория... и хотите рассказать о сотруднике из вашего санатория, тем самым поощрив его?

Вы – поставщик медоборудования... и хотите, чтобы о вас узнали, ваши потенциальные клиенты?

Свяжитесь с выпускающим редактором, Марией Денисовой по e-mail 109@csko.ru или позвоните по тел. + 7 (343) 288-51-47

ОТ СЕМИНАРА К КОНГРЕССУ

9-11 октября 2018 года в Екатеринбурге пройдет Конгресс VITA REHAB WEEK. Медицинская и спортивная реабилитация, санаторно-курортное лечение, реабилитационный фитнес и ЛФК.

В октябре прошлого года в Екатеринбурге прошло двухдневное мероприятие, объединившее Научно-практическую конференцию по медицинский реабилитации и курортной медицине и Научно-практический семинар по спортивной медицине и оздоровительному фитнесу. Инициатором этого мероприятия выступили Компания «Вита Техника» и наш бизнес-журнал «Санаторно-курортная отрасль». Инициативу поддержали в региональных Министерстве Здравоохранения и Министерстве спорта, а Уральский государственный медицинский университет в лице заведующего кафедрой физиотерапии, лечебной физкультуры и спортивной медицины профессора Федорова А.А. выступил модератором мероприятия.

ПРАВИЛЬНЫЙ ФОРМАТ

Отличительной особенностью прошедшего мероприятия стало разделение каждого дня на две части – теоретическую, состоящую из докладов и на практическую, на которой одновременно на трех площадках проходила демонстрация инновации-

II Международный Конгресс

Медицинская и спортивная реабилитация, санаторно-курортное лечение, реабилитационный фитнес и ЛФК

VITA REHAB WEEK

9-11 октября 2018
Екатеринбург

Цель:

Обмен опытом между ведущими специалистами медицинской и спортивной реабилитации, санаторно-курортного лечения. Повышение информированности об инновационных реабилитационных технологиях, обсуждение современных достижений в физической, реабилитационной и курортной медицине. Знакомство с новейшими разработками медицинской техники, тестирование и обучение практическим приемам работы.

Основные темы:

- Современные технологии медицинской реабилитации
- Спортивная медицина
- Реабилитационные технологии в санаторно-курортном лечении
- Инновационные решения в области медицинской техники для реабилитации и курортной медицины

Структура конгресса

Теоретическая часть:

- **Научно-практическая конференция** по медицинской реабилитации и санаторно-курортному лечению
- **Научно-практическая конференция** по спортивной медицине, реабилитационному фитнесу и ЛФК
- **Круглый стол** «Поиски путей сотрудничества спортивных организаций с реабилитационными центрами, санаторно-курортными организациями с целью эффективной реабилитации спортсменов и подготовки к соревнованиям»
- **Круглый стол** «Использование специализированными медицинскими учреждениями потенциала санаторно-курортной отрасли для повышения эффективности реабилитации и восстановления после различных заболеваний»

Практическая часть

Теоретические доклады будут чередоваться с мастер-классами на инновационном медоборудовании, которые будут проводиться прямо на сцене. Также практическая часть может включать в себя локальные Workshop в отдельных залах, рассчитанных на небольшое количество слушателей

Выставка медицинского оборудования

«Инновации в медицинской реабилитации, санаторно-курортном лечении, реабилитационном фитнесе и ЛФК»

ОРГАНИЗАТОРЫ
ООО «Компания «Вита Техника»
Бизнес-журнал «С.К.О. Санаторно-курортная отрасль»
ФГБОУ ВО УГМУ Минздрава России

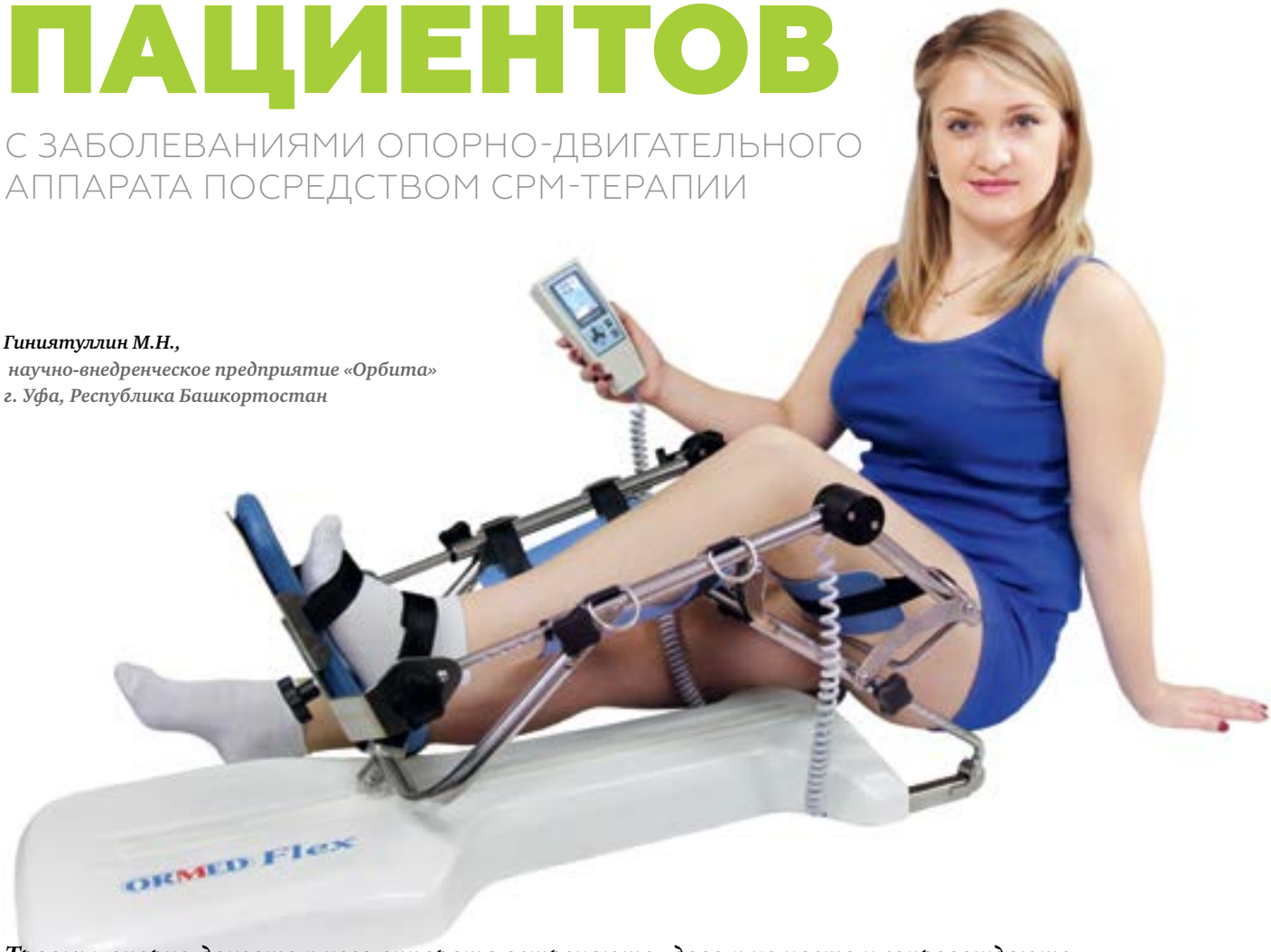
ВИТА ТЕХНИКА

Координатор проекта:
Мария Денисова
109@csko.ru
+7(343) 288-51-47
www.vr-week.ru

ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ПАЦИЕНТОВ

С ЗАБОЛЕВАНИЯМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА ПОСРЕДСТВОМ CPM-ТЕРАПИИ

Гиниятуллин М.Н.,
научно-внедренческое предприятие «Орбита»
г. Уфа, Республика Башкортостан



Травмы опорно-двигательного аппарата встречаются довольно часто и сопровождаются длительной нетрудоспособностью, зачастую приводя к инвалидности. Это наносит значительный экономический ущерб обществу и ухудшает качество жизни населения.

Поэтому становится понятна роль и значение восстановления после травм. Своевременно проведенный комплекс реабилитации позволяет улучшить клинико-функциональную картину лечения, сократить сроки временной нетрудоспособности, предотвратить инвалидность. Одним из видов реабилитации опорно-двигательного аппарата является CPM-терапия.

CPM-терапия (Continuous Passive Motion) – продолжительная пассивная разработка суставов. Это современный вид медицинской реабилитации, в основе которой лежат длительные движения в одном или нескольких суставах на специальном роботизированном тренажере без участия мышечной силы пациента.

АППАРАТЫ «FLEX» входят в перечень оборудования по приказу 1705Н от 29.12.2012 «О порядке организации медицинской реабилитации».

Любая травма, хроническое заболевание сустава или хирургическое вмешательство приводят к ограничению объема движений, выключая основную функцию сустава – обеспечение движений конечности в пространстве. В ответ на снижение подвижности в суставе, а также мягких тканях, окружающих его, происходит ряд патологических процессов, еще более ограничивающих амплитуду движений. В первую очередь это касается последствий оперативных вмешательств и травм. В результате внешнего воздействия сустав воспаляется и отекает. Капсула сустава растягивается, заполняясь кровью или воспалительной жидкостью.

При этом сустав занимает такое положение, при котором объем его капсулы наибольший. Таким образом, происходит патофизиологичная установка сустава, при которой движения в суставе дискомфортны или болезненны. Далее из жидкости, наполнившей сустав, в капсулу сустава оседают вещества (фибрин, медиаторы воспаления), которые снижают ее эластичность и в итоге на основе этих веществ начинает развиваться новая незрелая грануляционная ткань, которая замещается соединительнотканным рубцом – происходит фиброзирование капсулы. Такая капсула мало растяжима, ригидна, и в результате сам сустав становится тугоподвижным.

Для устранения такой тугоподвижности используют аппараты для роботизированной механотерапии конечностей марки «Ормед Flex». Применение этих тренажеров способствует скорейшему снижению отека, а также эвакуации (оттоку) жидкости из сустава. Это достигается в результате циклических фаз сгибания/разгибания в условиях полностью расслабленных мышц пациента. В результате таких движений в полости сустава создается повторяющееся колебание давления внутрисуставной жидкости, что и обеспечивает ее скорейшее всасывание в системный кровоток. За счет эффективного оттока, CPM-терапия предупреждает дальнейшее накопление жидкости в суставе и способствует уменьшению отека периартикулярных тканей. Таким образом, происходит восстановление и увеличение объема движений в пораженном суставе.

Аппараты успешно используются для реабилитации пациентов в послеоперационном периоде при тотальном эндопротезировании суставов, различных артроскопий, после восстановления крестообразных связок, ахиллова сухожилия, вращательной манжеты, собственной связки надколенника. Также CPM-терапия эффективна после артролиза, тенолиза, миолиза и синовэктомии. Для достижения наибольшего эффекта рекомендуется начинать занятия после операции как можно раньше. Хорошо поддаются лечению на аппаратах контрактуры различного происхождения: после длительной иммобилизации в гипсе, после травм и ожогов, при некоторых нейрогенных заболеваниях.

Важной особенностью реабилитации на тренажере «Ормед Flex» является то, что характеристика занятий (скорость, амплитуда, продолжительность) подбирается строго индивидуально для каждого пациента в зависимости от основного заболевания. Благодаря этому достигается абсолютная безболезненность и безопасность процедуры, что является необходимым условием для расслабления мышц. Отсутствие болевых ощущений настраивает пациента на продолжение реабилитации и дает незамедлительные результаты.

ПОЛУЧЕНО регистрационное удостоверение №РЗН 2018/6937 на медицинское изделие «Flex» (аппарат для роботизированной механотерапии нижних конечностей).

Гибкая система настроек аппарата позволяет начинать занятия практически в день операции, значительно сокращая сроки реабилитации.

Тренажеры «Ормед Flex» – это новинка российского производства. Они разработаны профессиональными конструкторами и полностью соответствуют требованиям к современному оборудованию. Аппараты изготовлены из износостойких материалов, легкие и компактные. Управляются через удобный пульт, имеют простое и понятное программное обеспечение. В памяти большинства моделей «Flex» возможно сохранение настроек для 250 пациентов и сохранение данных на USB-носитель.

Линейка «Ормед Flex» включает в себя аппараты для роботизированной механотерапии:

- «Flex-F01» – для коленного и тазобедренного суставов;
- «Flex-F02» – для голеностопного сустава;
- «Flex-F03» – для локтевого сустава;
- «Flex-F04» – для плечевого сустава;
- «Flex-F05» – для лучезапястного сустава.

Таким образом, наличие полной линейки «Ормед Flex» позволяет оказывать комплексную помощь пациентам в реабилитации после различных травм. Регулярные реабилитационные занятия на аппаратах способствуют улучшению функции суставов и, соответственно, качества жизни пациентов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата.

Ознакомиться с оборудованием «Ормед» вы сможете на нашем стенде на выставке «Здравница-2018», которая состоится в г. Кисловодск (ул. Коминтерна, д.2, Нарзанная галерея). 27–29 мая 2018 г.

Приобрести оборудование можно у официального представителя – ООО «Компания «Вита Техника».

ВИТА ТЕХНИКА
ООО «Компания Вита Техника»
Тел.: 8(800)550-22-67, +7(343)288-51-46, +7 (34377)7-40-97
www.вита-техника.рф info@vt66.ru

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПРЕПАРАТОВ

для позвоночника и суставов

Карипаин

Лекарственный препарат растительного происхождения

КАРИПАИН – серия лекарственных препаратов растительного происхождения, более 10 лет успешно применяются для лечения остеохондроза, межпозвоночных грыж, дискогенного радикулита, остеоартроза и других заболеваний опорно-двигательного аппарата. Каждое средство серии «Карипаин» имеет свой индивидуальный состав, но основным действующим веществом всех форм выпуска является природный папаин. Папаин воздействует на грыжу, усиливает регенерацию тканей, восстанавливая их структуру.

Гиалгель®

Мощное инновационное средство на основе гиалуроната, не имеет аналогов.

ГИАЛГЕЛЬ – мощное инновационное средство на основе гиалуроната, не имеет аналогов. Оптимально подобранное соотношение активных веществ, входящих в состав Гиалгеля, делает его эффективным и безопасным для лечения остеоартроза и других заболеваний суставов без использования инъекций и специальных физиотерапевтических процедур.

Подробная информация на сайтах производителей

www.karipain.ru | www.gialgel.ru

+7 (495) 589-33-48