

# Секция для руководителей клиник пластической хирургии и косметологии «Предприятие эстетической медицины нового типа: эволюция задач и смыслов»

## ПРОГРАММА СЕКЦИИ

10 декабря

### Отель Украина. Зал «Библиотека»

**10:00–10:40**

Обзор законодательных изменений в эстетической медицине. Что произошло за год.  
ЕЛЕНА МОСКВИЧЕВА

**10:40–11:00**

История и современные тенденции в организации клиники эстетической медицины.  
ВЛАДИМИР ВИССАРИОНОВ

**11:00–11:40**

Концепция многопрофильной клиники. Стратегия и тактика создания и развития.

Путь из косметологической клиники и клиники пластической хирургии в многопрофильное учреждение сегодня становится неизбежным. Современная стратегия эволюции медицинского учреждения.

ВИТАЛИЙ ЗОРИЛЭ

**11:40–12:10**

Порядок работы с наркотическими средствами в клинике. Новый орган надзора – новая система отчетности.

Основы законодательства РФ и правовое регулирование оборота наркотических средств и психотропных веществ, противодействие их нелегальному обороту.

Порядок ведения и хранения журналов регистрации операций, связанных с оборотом наркотических средств и психотропных веществ.

Требования к их хранению в медицинских организациях и их охрана.

Порядок проведения инвентаризации наркотических средств и психотропных веществ и их уничтожения.

Порядок учета и уничтожения использованных ампул. Порядок перевозки наркотических средств и психотропных веществ.

**АРСЛАН КОЧКАРЕВ**

## **12:10–12:35**

### **Правовая безопасность в практике врача-косметолога.**

Что важно знать об обязательной нормативной базе. Интерпретация основных законодательных документов. Ведение медицинской документации. История болезни: для врача или прокурора?

Судебная практика в сфере косметологии и эстетической медицины: практические случаи и разбор возможных исходов. Интерактивная сессия.

Как обезопасить себя врачу-косметологу с точки зрения юридической базы. Рекомендации юриста.

**ЛИЛИЯ ШАФИКОВА**

## **12:35–13:00**

### **Кофе-брейк**

## **13:00–13:40**

### **Особенности прямого взаимодействия пациента с клиникой (Direct Clinic Access – DCA).**

К сожалению, современный рынок эстетической медицины базируется не на объективно реальной результативности процедур, а на субъективной удовлетворенности пациента.

Как пациент выбирает услугу? В чем польза или риски для клиники? А для пациента? Как использовать плюсы в пользу клиники и влиять на выбор клиента?

Сегодня клиент выбирает услуги и их исполнение самостоятельно. Можем ли мы влиять на его выбор и каковы должны быть масштабы этого влияния?

**Special Guest! АНДРЕЙ ПРОДЕУС**

## **13:40–14:10**

### **Уникальное торговое предложение медицинского центра: успех или провал.**

Медицинский рынок РФ-2017: макрокартина и аналитика.

Частное ЛПУ как субъект рынка и часть инвестиционного пространства.

Уникальное Торговое Предложение для ЛПУ: тяжелый выбор или компромисс? От диагноза к решению.

УТП и бизнес-план: симбиоз или борьба противоположностей.

Кейс 1: пример успеха. Кейс 2: пример провала.

**Special Guest!** АЛЕКСАНДР ЭДИГЕР, ИЛЬЯ ИЛЬИНЦЕВ

### **14:10–14:40**

**Система управления взаимоотношениями с пациентами (CRM). Способы улучшения сервиса и привлечения лояльных пациентов**

Правильно выстроенный управленческий процесс способствует повышению объемов продаж медицинских услуг, росту прибыли и укреплению репутации клиники. Автоматизация клиники с помощью CRM – это возможность организовать внутренние бизнес-процессы на предприятии. Вы можете успешно управлять тем, что можете измерить.

В докладе будут даны показатели оценки работы администраторов, врачей, системная работа с базой пациентов в клинике, правильная мотивация сотрудников. Успешная организация работы всех направлений – залог прибыли медучреждения.

**СЕРГЕЙ КРУГЛИК**

### **14:40–15:10**

**Социальные сети и другие инструменты анализа типов восприятия и позиционирования собственной внешности у клиентов эстетического хирурга.**

**СЕРГЕЙ ПЛАКСИН, НАТАЛЬЯ ХРАМЦОВА**

### **15:10–15:30**

**Качественное оказание услуг в эстетической медицине.**

**Проблемы и способы решения.**

В докладе будет раскрыт успешный региональный опыт оказания разносторонней помощи руководителям клиник пластической хирургии и косметологии: правовая и информационная поддержка, обучение кадров с целью расширения компетенций специалистов, формирование экспертного совета для оказания экстренной консультативной помощи при развитии осложнений, создание базы данных по трудоустройству сотрудников. Также имеются хорошие результаты использования мессенджеров, социальных сетей и других интернет-ресурсов. Благодаря внедрению новых стратегий в отрасли повысилась доступность высокопрофессиональной консультативной помощи, что привело к снижению тяжести осложнений и, в ряде случаев позволило урегулировать претензии пациентов, в том числе и при обращении в прокуратуру, разработать алгоритм действий при развитии ятрогений.

**НАТАЛЬЯ БЫЧКОВА**

**15:30–16:00**

**Маркетинговые основы механизма государственно-частного партнерства организаций сферы здравоохранения.**

Роль маркетинга в обеспечении эффективности государственно-частного партнерства организаций сферы здравоохранения. Специфика внутренне-ориентированной маркетинговой деятельности и проведения внешних маркетинговых коммуникаций государственно-частного партнерства организаций сферы здравоохранения.

**НАТАЛЬЯ ПРЖЕДЕЦКАЯ, КСЕНИЯ БОРЗЕНКО**

**16:00–16:30**

**Кофе-брейк**

**16:30–17:00**

**Blog-post: интернет-продвижение клиники эстетической медицины. Примеры работающих кейсов.**

Эффективные инструменты продвижения клиники эстетической медицины. Сравнение каналов продвижения на примерах рекламных кампаний. Какие социальные сети лучше работают для продаж услуг эстетической медицины? Риски работы с блогерами. Как контролировать эффективность рекламных компаний и подрядчиков? Как не потратить бюджет впустую? Современные инструменты аналитики. Как глубина анализа влияет на принимаемые решения? Во что упирается интернет-маркетинг? Проблемы бизнеса и пересмотр бизнес-процессов.

**АНДРЕЙ АВРАМЕНКО**

**17:00–18:00**

**Взаимодействие клиники пластической хирургии с глянцевыми СМИ. Каковы сегодня правила игры?**

## Отель Украина. Зал «Лето»

**10:00–10:30**

**Что хочет потребитель? Рейтинг наиболее востребованных методик в эстетической медицине в 2018 г. Аналитический прогноз.**

**СЕРГЕЙ КОХАН**

**10:30–11:00**

**Как привести в клинику больше первичных пациентов.**

17 причин, по которым клиника теряет клиентов. Простой и действенный инструмент оценки вероятности прихода первичного пациента в вашу клинику/медицинский центр. Как внутренние установки администраторов и врачей влияют на эффективность продаж услуг клиники/медицинского центра? Цепочка потери пациентов. Как отстроиться от конкурентов и найти нишу, где вы абсолютные монополисты в голове пациента? Как преодолевать потребительский «рекламный радар» и сделать так, чтобы пациент не воспринимал рекламу клиники в штыки? Как реклама, вплетенная в жизнь, вовлекает наших пациентов и стимулирует покупать? Как экономить средства в современных маркетинговых коммуникациях? Немедийные технологии (рассылки, листовки, direct mail, sales promotion, event-marketing, работа с базами данных и так далее): обзор, преимущества и недостатки каждого из каналов коммуникации. Расчет эффективности малозатратных техник: как посчитать затраты, количество контактов и реальный «выхлоп» малозатратного инструмента?

**АЛЕКСАНДР БЕЛГОРОКОВ**

**11:00–12:00**

**Работа с претензиями в клинике эстетической медицины. Алгоритм ответа.**

**ЕЛЕНА МОСКВИЧЕВА**

**12:00–12:30**

**Кофе-брейк**

**12:30–13:10**

**Политика обработки персональных данных в новых условиях.**

С 1 июля 2017 года увеличился штраф за нарушение правил сбора, хранения и обработки персональных данных. Задача руководителя – привести свои интернет-ресурсы и внутренний документооборот в соответствие с Федеральным законом от 07.02.2017 N13-ФЗ.

**ЕКАТЕРИНА ШУКАЛОВА, ОЛЕГ МИХАЛЬСКИЙ**

### **13:10–13:50**

#### **Мировые маркетинговые тренды в зеркале эстетической медицины.**

Современный маркетинг: в фокусе внимания – сразу несколько поколений (X, Y, Z).

Целостный подход: не просто эстетика, а здоровье всего организма.

Мотивационные схемы. Главное – не кто покупает, а для чего.

Постпродажный сервис – напоминаем клиенту, что ему нужно делать.

Цифровые технологии главный маркетинговый инструмент...

Пост-демографический маркетинг. Уход от шаблона «Кто типичный клиент» к модели «Каждый клиент – ценность».

**ЯНА ЛОБАНОВА**

### **13:50–14:20**

#### **Как повысить прибыль клиники при стабильном пациентопотоке? Секрет успеха.**

Как повысить выручку предприятия и оптимизировать затраты: пути получения дополнительной прибыли при стабильном или снижающемся пациентопотоке. Разбор медицинской задачи в экономической плоскости на примере успешно работающего кейса. Новые механизмы для повышения прибыли клиники за 1 месяц. Финансовые показатели и аналитика.

**НАТАЛИЯ БОБРОВСКАЯ**

### **14:20–14:50**

#### **Клеточные технологии в эстетической медицине. Новое законодательство, новые правила, новый маркетинг.**

**АЛЕКСЕЙ ПОСПЕЛОВ**

### **14:50–15:30**

#### **Пациенты в эстетической медицине: разнообразие психологических проявлений и требований. Специфические качества посетителей клиник эстетической медицины.**

Проблемные и трудные пациенты на приеме у специалиста эстетической медицины. Различные факторы, влияющие на эффективность лечения и удовлетворенность пациентов. Соответствие целей и ожиданий пациентов и врачей от лечебного процесса. Соблюдение рекомендаций и реабилитационного режима. Баланс между финансовой прибылью и психологическими издержками.

**ИРИНА ЧОБАНУ**

### **15:30–15:50**

#### **Особенности организации медицинского франчайзинга.**

Медицинский франчайзинг как инструмент запуска нового бизнеса или перезапуска существующего. Когда стоит задуматься о покупке франшизы, как правильно выбрать партнера?

Стратегия развития компании в рамках франшизы. Система привлечения клиентов и создания единой сервисной магистрали во франшизе. Считаю ROI и EBITDA.

**АЛЕКСЕЙ ВЕЛИКИЙ**

**16:00–16:30**

**Кофе-брейк**

**16:30–17:10**

**Перспективы развития клиник пластической хирургии. Амбулатория или стационар?**

К чему ведут поправки в Порядок оказания медицинской помощи по профилю «Пластическая хирургия».

Требования к зданиям и помещениям для оказания медицинской помощи в условиях амбулатории и стационара.

Штатное расписание и документооборот в условиях амбулатории и стационара.

Новые условия входа и работы на рынке услуг пластической хирургии.

**ЕЛЕНА МОСКВИЧЕВА, ИГОРЬ ПИНСКИЙ**

**17:10–18:00**

**Кто в клинике хозяин (Не сотвори себе кумира).**

**Дискуссионный клуб**

В России клиника пластической хирургии как правило, держится на одном хирурге-звезде. Чем чревата такая диспозиция? Какова должна быть статусная расстановка кадров? Правильная работа с коллективом. *Дискуссия*