

**Секция для руководителей клиник пластической хирургии и
косметологии**

**в рамках VII Национального Конгресса «Пластическая хирургия,
эстетическая медицина и косметология»**

6-8 декабря 2018 г. Конгресс-парк гостиницы «Украина»

Москва, Кутузовский проспект, 2/1 стр.1

Клиника эстетической медицины - ставка на нестандартный маркетинг

Управление современной клиникой пластической хирургии и косметологии требует от руководителя маркетингового мышления, позволяющего правильно оценить все аспекты работы учреждения и наметить пути его развития. Вчерашние рецепты не работают, сегодня нужно комплексно и гармонично внедрять новые приемы с учетом современных тенденций в медицинском бизнес, наращивать профессиональные знания в области маркетинга и менеджмента медицинского учреждения. Эта концепция - непрерывного бизнес-анализа и выбора точных решений – будет развернута обсуждаться на специализированной секции для руководителей в рамках VII Конгресса пластической хирургии, эстетической медицины и косметологии.

6 декабря

10.30 – 11.10 Новости законодательства. Новый порядок в пластической хирургии. Опубликован приказ Минздрава РФ о порядке оказания медицинской помощи по профилю пластическая хирургия. Каковы перспективы? *Елена Москвичева*

11.10 – 11.50 5 критериев легальности услуг в эстетической медицине. Что может делать пластический хирург и что может делать косметолог?
Виталий Зорилэ

11.50 – 12.30 Кофе-брейк

**12.30 – 13.10 Проблемный сотрудник: как грамотно уволить и
восстановить нарушенное психологическое равновесие в коллективе?**

- Заключение трудового договора: «мелочи», которые могут превратиться в проблемы. Полезные формулировки

- Увольнение по собственному желанию: в чем опасность для работодателя?
- Увольнение по инициативе работодателя: за опоздания; по итогам испытательного срока; по сокращению. Оценка рисков.
- Злоупотребление правовыми нормами со стороны работника. Когда суды на стороне работодателя. Примеры из судебной практики.

Сергей Ефимов

13.10-13:40- Наставничество как эффективный путь подготовки качественных кадров для предприятия эстетической медицины

- Как определить нужного Вам сотрудника на собеседовании. Опыт или человеческие качества?

- Наставничество. Метод или цель?

- Этапы наставничества. Как сделать наставничество эффективным?

- Должен ли руководитель клиники заниматься наставничеством?

Анжелика Степанян

13.40 – 14.10 Управление репутацией. Современные вариации на тему «сарафанного радио». Инструменты и алгоритмы.

- Ключевые понятия в формировании имиджа
- Проблемы формирования позитивного имиджа в медицине
- Ключевые факторы позитивного имиджа в медицине
- Технология оценки репутации клиники: современный подход
- Инструменты управления репутацией

Станислав Цыганок

14.10 – 14.50 БЕЗГРАНИЧНАЯ СЕТЬ РЕКОМЕНДАЦИЙ или как сделать так, чтобы ваши пациенты рекомендовали вас.

- Почему реферальный маркетинг это НЕОБХОДИМОСТЬ?

- Пошаговые алгоритмы запуска реферального маркетинга

- CRM и другие IT инструменты для запуска системы рекомендаций.

Александр Белгороков

14. 50 – 15.20 Приметы успешного бизнеса: междисциплинарный подход в косметологии и пластической хирургии. Сочетание методов;

комплексные решения проблем пациентов; создание консультационно-диагностического отделения в клинике косметологии и пластической хирургии, и т.д.

- «Театр начинается с вешалки» - первичный контакт с пациентом – залог успеха.

- Технология оценки работы администратора на стойке регистрации и в контакт-центре (call-центре).
- Клиентоориентированный сервис на практике:
 - удобство логистики в клинике (технология LEAN): движение пациентопотока, запись к врачу, сервисы постоянных клиентов,
 - удобство сервисов для клиента и креативный подход в решениях, специализированные IT-решения для клиники
 - междисциплинарный подход в формировании комплекса услуг и клиентских потоков
- Стратегия взвешенной рекламной политики
- Мотивация персонала
- Модель КДО в клинике, «дорожная карта» в вопросах и ответах.

Елена Песенникова

15.20 – 16:00 Основы прикладной сервисологии для руководителя клиники эстетической медицины.

1. Новый подход к медицинскому менеджменту на предприятии коммерческой медицины, принципы построения продающего окружения
2. Клиент пациент, товар, услуга. Традиционные определения в свете поведенческой экономики
- 3 Основные понятия рынка и их трансформации во втором десятилетии 21 века в сфере профессиональных услуг.
4. Основы психологии потребления медицинских услуг и построение системы продаж по принципу "продавать не продавая". *Сергей Кохан*

16.00 – 16.30 Кофе-брейк

16.30 – 17.10 Менеджер по работе с клиентами – эффективная бизнес-единица в клинике эстетической медицины.

Клиент-менеджер – это должность-амбассадор сегодняшнего времени. Это сотрудник, чрезвычайно лояльный Бренду, который взаимодействует с клиентами, транслируя ценности компании. Он сопровождает клиентов, организуя их пребывание в учреждении с самого первого посещения и планирует каждый последующий визит. Он несет ответственность за клиентскую базу: возвращает, преумножает, заботится, ухаживает, оживляет, сохраняет, делает ее более качественной. В докладе будут освещены практические итоги трехлетней практики подготовки и внедрения должности. *Татьяна Чаусова*

17.15 – 17.45 Возрастные пациенты на приеме у пластического хирурга. Психологические особенности, медицинские показания и противопоказания

к проведению операций, синдром завышенных ожиданий. Как работать с возрастными «жертвами бютизависимости» и остановить «гонку за красотой»? *Ирина Чобану*

7 декабря

10.00 – 10.30 **Основные ошибки руководителей клиник эстетической медицины при появлении претензий со стороны пациента**

Появление претензии от пациента, как правило, предшествует подаче иска в суд на клинику, и от умения руководителя клиники принять правильное решение относительно удовлетворения требований пациента зависит дальнейшее развитие событий. Очень важно при этом соблюдение процедуры досудебного урегулирования спора и правильное оформление соответствующих договоренностей между клиникой и пациентом. В докладе будет озвучен примерный алгоритм досудебного урегулирования, а также даны варианты оформления мирового соглашения и досудебного соглашения между клиникой и пациентом, приведены примеры из практики и некоторые статистические данные на основе личного опыта разрешения споров.

Вадим Черкашенин

10.35 – 11.00 **Государственный контроль в сфере пластической хирургии и косметологии. Нормативное регулирование и правоприменительная практика** *Андрей Плутницкий*

11.00 – 11.30 **Оказание косметологических услуг - от контроля за качеством до управления качеством.** Компетентно - о проверках, и об организации профессиональной помощи в случае развития осложнений. *Наталья Бычкова*

11.30 – 12.00 **Результативный дуэт пластический хирург – косметолог: создание клиентских потоков.** *Докладчик уточняется*

12.00 – 12.30 **Кофе-брейк**

12.30 – 13.00 **!SPECIAL GUEST. Антиэйджизм как философия будущего**
В настоящее время в мире наблюдается развитие дестигматизации человека по биологическим признакам, то есть людей перестают разделять и ущемлять в правах по принципу пола, цвета кожи, наличия каких-либо заболеваний, например, ВИЧ-инфекции, сексуальной ориентации и др. Относительно

новым фактором дестигматизации является возраст: люди как молодого, так и пожилого возраста должны иметь равный доступ к эстетическим услугам, проводимым по показаниям. Слоганы "Вы слишком молоды/стары для косметолога/эстетиста" являются устаревшими, дискриминирующими, кроме того сужают коммерческий спектр эстетических услуг. При этом надо понимать, что объем этих услуг должен быть разным для людей разного возраста, что требует соответствующих дифференцированных медицинских, психологических, маркетинговых и управленческих подходов, о содержании которых пойдет речь в докладе. *Андрей Ильницкий*

13.00 – 13.30 Перспективы применения лазерных технологий в комплексных программах в клинике пластической хирургии. Рецепты финансово успешных комбинаций.

Отсутствие стабильности в государственных регулирования бизнеса на основе пластической хирургии, а также растущая конкуренция со стороны клиник терапевтической косметологии, бросает вызов российским пластическим хирургам. В докладе представлены примеры основных направлений развития и диверсификации бизнеса клиник пластической хирургии. Конкурентные преимущества методик на основе высокоэнергетических технологий, применяемых непосредственно в операционной. Построение и использование отделения терапевтической косметологии в клинике пластической хирургии: подготовка пациентов к операциям, сопровождение после операций (реабилитация, коррекция), комбинированные методики, маркетинговая функция аппаратных процедур. Вопросы внедрения аппаратной косметологии в хирургических клиниках: персонал, обучение, сервис и т.д. Опыт успешных клиник пластической хирургии. *Максим Лукьянов*

13.30 – 14.00 Безопасные финансовые комбинации для руководителя клиники, легальная оптимизация.

Вывод денег учредителем легальными способами. Как не попасть под блокировку и в "черные списки" банков и налоговых учреждений при работе с картами. Внедрение новых структур бизнеса в клинике и исправление "ошибок прошлого". *Яна Лобанова*

14.00 – 14.30 Капитализация личного бренда врача в эстетической медицине: за и против

- Почему пациент часто выбирает врача, а не клинику?
- Инструменты продвижения личного бренда врача: социальные сети (особенно инстаграм), сайт, отзывы

- Может ли клиника продвигать личный бренд врача: за и против
- Форматы сотрудничества доктора и клиники при продвижении
- Как клинике обезопасить себя, как сделать так, чтобы все инструменты продвижения врача принадлежали клинике, и что делать, если врач уходит из медицинского учреждения. Можно ли использовать эти готовые инструменты с другими врачами?

Андрей Шарыкин

14.30 – 15.00 **Индекс конвертации основных интернет-площадок. Сколько мы вкладываем в Интернет и сколько получаем?**

- Период активного перехода методов продвижения и рекламных бюджетов в интернет завершился
- Обзор основных интернет-площадок. Снижение эффективности в силу увеличения спроса со стороны клиник косметологии
- Современный Digital пациент - кто он?
- Почему контент сейчас решает все? Как организовать постоянную генерацию этого контента?
- Как анализировать поведение своих пациентов в интернет (на конкретном примере)? *Арсен Погосян*

15.00 – 15.30 **Аналитика и маркетинг в медицине - современные тренды и возможности для роста медицинского бизнеса.**

Современные тенденции в маркетинге.

Зачем нужна аналитика в эстетической медицине и ее уровни.

Куда вкладывать рекламный бюджет? Где мы теряем пациентов и деньги?

Влияние на управленческие решения.

Современные возможности построения систем аналитики. Интеграция сервисов.

Минимальный и достаточный набор инструментов для руководителя клиники. *Андрей Авраменко*

15.30 – 16.00 **!ОБМЕН ОПЫТОМ. Изменение системы начисления заработной платы сотрудников как способ оптимизации финансовых расходов клиники. Практический опыт уменьшения заработной платы специалистов**

- Анализ предпосылок и необходимость перераспределения финансовых потоков клиники эстетической медицины

- Принципы создания новой системы заработной платы. Ключевые аспекты и схемы начисления.
- Механизмы реализации и этапы внедрения.
- Борьба с негативными реакциями и возражениями. Роль руководителя и способы снятия личного напряжения.
- Итоги и оценка результата через 1 год. *Елена Цимбал*

16.00 – 16.30 **Кофе-брейк**

16.30 – 17.15 **Круглый стол «Новые векторы развития в пластической хирургии».**

8 декабря 2018 г. Расписание мастер-классов секции для руководителей.

10.00 – 11.30 **Мастер-класс** Елены Москвичевой

**Гид по проверочным листам Росздравнадзора.
Контроль качества медицинской помощи в формате вопросов и ответов.**

2018-й - год создания и реализации новых форм контроля качества медицинской деятельности. Как организовать внутренний контроль, как определить индикаторы риска при осуществлении внутреннего контроля, как определить основные задачи и найти ресурсы для их решения – об этом и не только пойдет речь на авторском мастерклассе аналитика индустрии красоты Елены Москвичевой.

1. Как работают проверочные листы Росздравнадзора по контролю качества и безопасности медицинской деятельности
2. Как готовиться к проверкам Росздравнадзора по контролю качества и безопасности медицинской деятельности
3. Современные требования к организации и проведению внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности
4. Основные ошибки медицинских организаций при осуществлении внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности
5. Главное действующее лицо в осуществлении контроля - главный врач. Стратегические и тактические задачи главного врача.

Участники получают методические рекомендации - расшифрованные чек-листы по проверке медицинских организаций с образцами внутренних

документов по контролю качества и безопасности медицинской деятельности.

11.40 – 13.00 **Мастер-класс** Сергея Кохана

Организации контактной зоны и особенности сервисного поведения при обслуживании пациентов клиники с точки зрения сервисологии и экономической психологии. Основные принципы и отличия от традиционных подходов.

1. Типология потребителей по Эверетту-Роджерсу. Сегментация, применение, экспресс-диагностика посетителя
2. Потребительское поведение: покупательское и пользовательское. Второй этап диагностики
3. Аксиомы потребления. Что учитывать при организации контактной зоны медицинского предприятия
4. Основные понятия психологии потребления в России и за рубежом. Базовые принципы психологии потребления услуг эстетической медицины
6. Товар и услуга, их атрибуты. Качество медицинской услуги клиники
7. Упаковка услуги как фактор потребления
8. Жизненный цикл медицинской услуги. Торговая марка, брендинг, позиция клиники, цена как детерминанты потребления
9. Атрибуты товара и казуальная атрибуция, атрибуты медицинской услуги как предметы потребления
10. Эффекты потребления. Эффект Веблена (сноба), эффект гедонизма, взыскательности, замещения и т.д., парадокс Гиффина.
11. Прикладное значение психологии потребления и влияние ее положений на стабильную доходность бизнеса

13.10– 14.30 **Мастер-класс** Анжелики Степанян

Финальное собеседование – компетенция руководителя. Как определить ценности и профессионализм будущего сотрудника?

1. Как проводить первое интервью руководителю?
2. На что стоит обращать внимание - физиогномика и психолингвистика.
3. Сотрудники с внешней и внутренней референцией. Что лучше?
4. «Принимать на работу сотрудника нужно долго, увольнять – очень быстро. Мы же делаем наоборот».

14.40– 16.00 **Мастер-класс** Татьяны Чаусовой

Кейсы из консалтингового сопровождения клиник

1. Уровень сервиса и автоматизация оперативных процессов – как влияют друг на друга эти, на первый взгляд, совершенно не связанные параметры.
2. От вас собирается уволиться ваш ведущий специалист. Есть ли признаки, по которым можно это понять? Можно ли защитить предприятие?
3. Коллектив или команда? Над чем работать руководителю клиники. Риски и возможности.

16.10 – 17.40 **Мастер-класс** Виталия Зорилэ

Риск-ориентированная модель защиты клиники

1. Кто может проверять клиники: перечень надзорных органов и требований, проверяемых по проверкам.
 2. Сравнение рисков по плановым проверкам и проверкам по жалобам. Риск-ориентированная модель проверок и защиты.
 3. Как доказать качество услуги: критерии качественной услуги.
 4. Как правильно оформить услуги: документы с пациентом. Основные разделы договора на медицинские услуги.
 5. Как заполнять медицинскую документацию:
 - основные диагнозы по МКБ-10 и наименования услуг,
 - как описывать "статус локалис" и анамнез жизни и заболевания
 - как правильно отразить в медкарте выполненные процедуры - что писать при повторном приеме.
- Нужна ли электронная медицинская карта клиникам косметологии.
6. Как выдавать медицинские документы.