

КЛИНИКА
ФОМИНА

Батл КЦ и Маркетинг



› Спикеры



**Андрей
Бобин**
Руководитель КЦ

- 15 лет управленческого стажа в КЦ
- «Юлмарт»
- ГК «Эксперт»
- «Билайн»
- «Аудиотеле»
- «Озон»



**Тамара
Шаргина**
Маркетинг лидер

- 15 лет в маркетинге, 10 лет в медицине
- Лучший маркетолог в премии PROOF marketing
- Преподаватель ТюмГУ по маркетингу и PR
- Запуск 6 клиник с нуля
- Федеральные запуски

16

регионов
страны

28

тыс. м
площадей

380

кабинетов

27

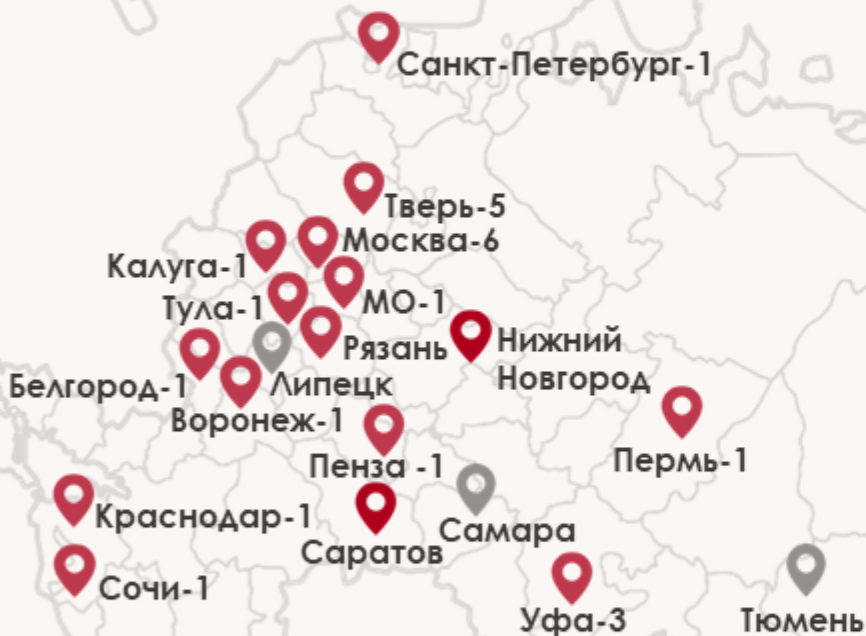
клиник

36

операционных

240

коек



Южно-Сахалинск



КЛИНИКА
ФОМИНА

DOFOMIN
GROUP

➤ Боли развивающихся компаний

При быстром масштабировании бизнеса и часто в крупных компаниях присутствуют типовые проблемы взаимодействия КЦ и Маркетинга.

- Разобщенность:

одни запустили, вторые не знали

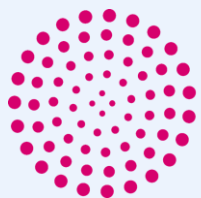
- При запуске новых клиник всё как в первый раз. Хаос даже при наличии регламентов

- Ресурсоемкость не учитывается маркетингом:

запустили рассылку в пятницу вечером и завалили КЦ трафиком

- При запуске новых продуктов КЦ не проинформирован и сливает рекламный бюджет

- Несколько клиник в регионе — каждый руководитель приходит со своими задачами, которые прямо конфликтуют с интересами другого филиала

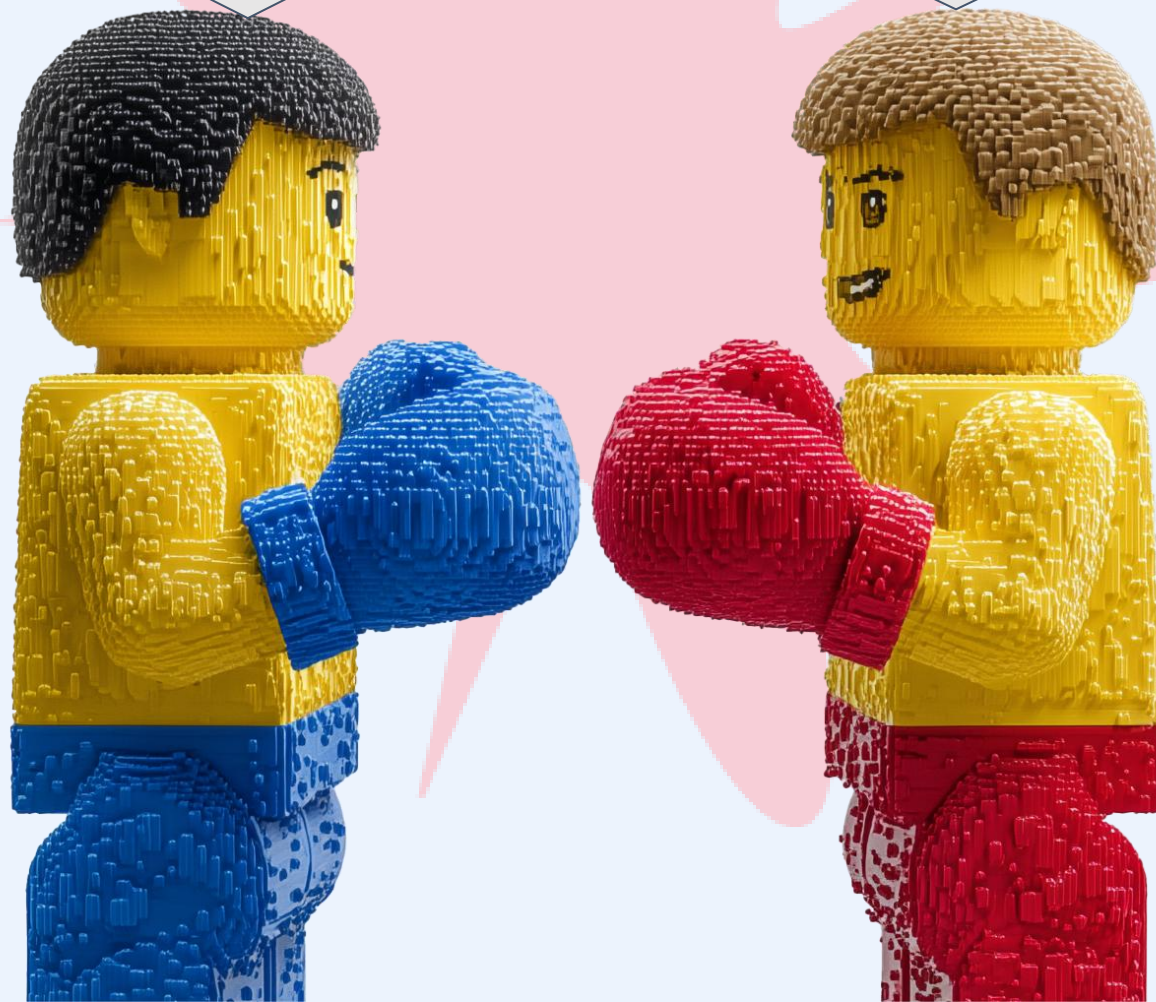


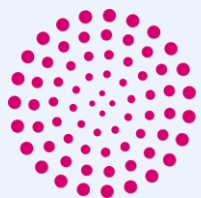
КЛИНИКА
ФОМИНА

Вечный батл Маркетинг и КЦ

Вы не отрабатываете
лиды!

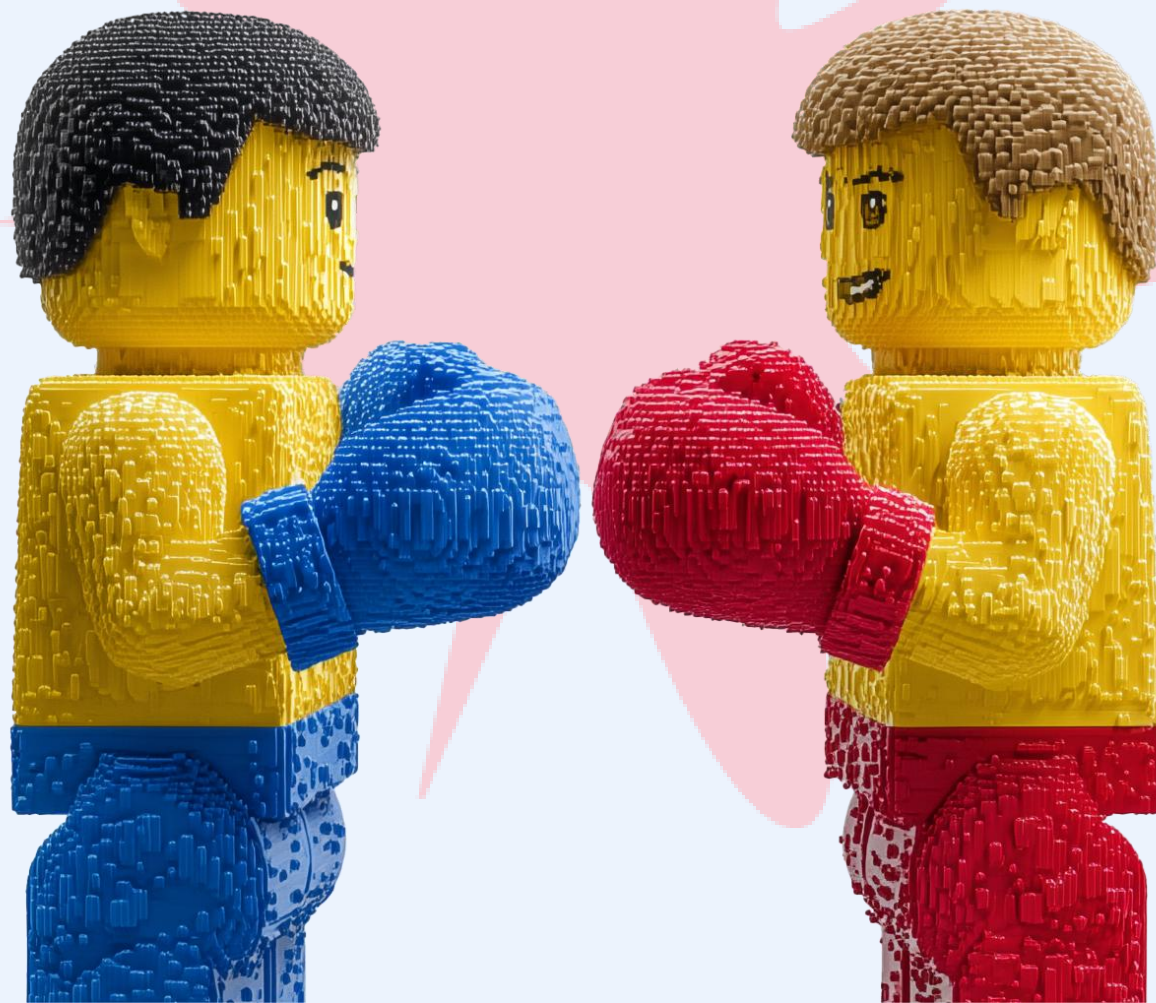
Это не качественные
лиды! Вы ими
перегрузили линию!



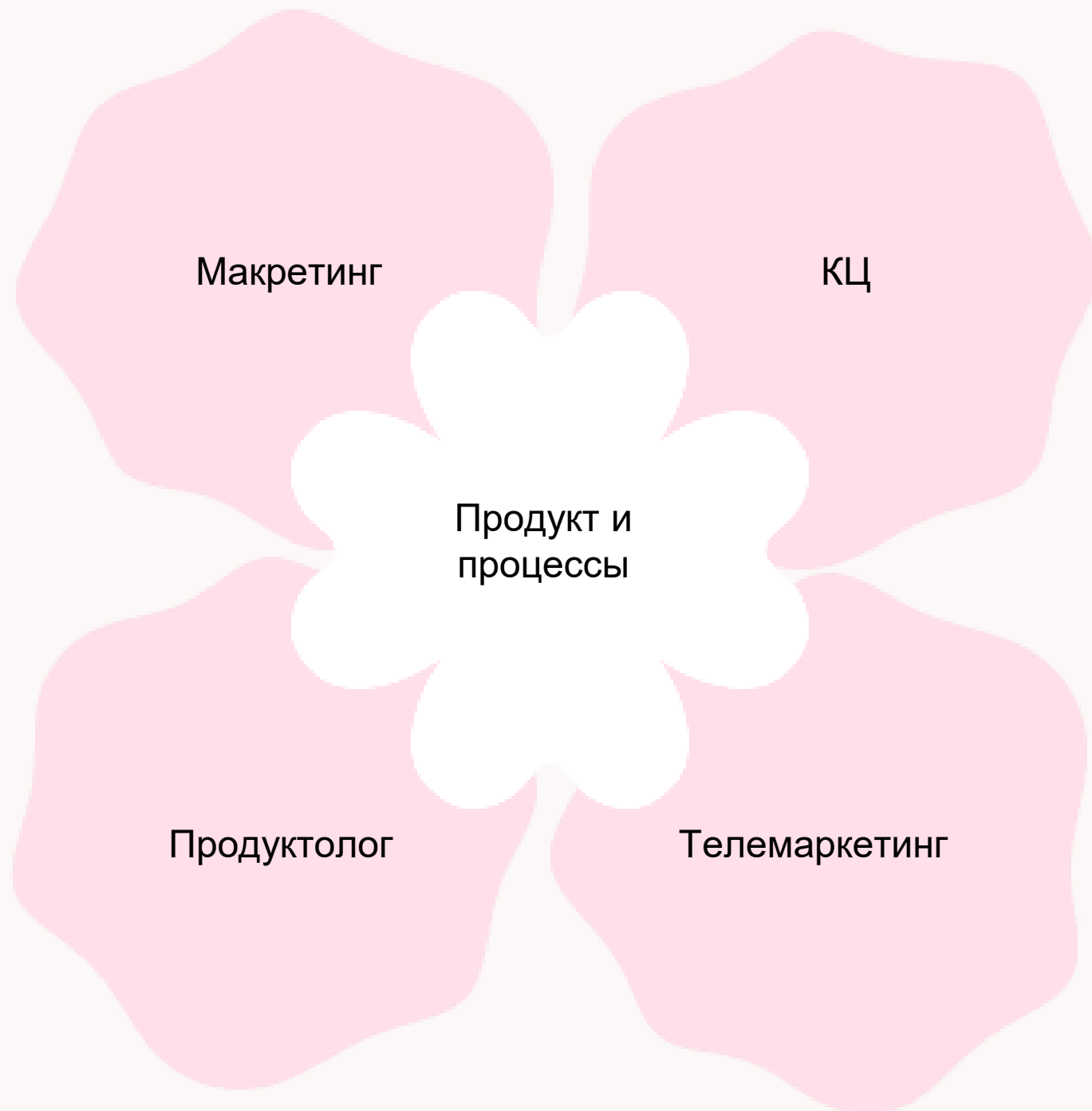


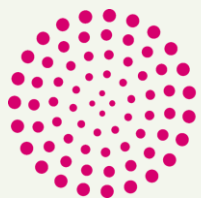
КЛИНИКА
ФОМИНА

Что делать?



➤ Проектные
команды





КЛИНИКА
ФОМИНА

Что это дало?



➤ Проектные команды



Реестр акций
и активностей
с учетом нагрузки
КЦ



➤ Проектные команды



Чек-лист
информирования всех
запусков активностей



➤ Проектные команды



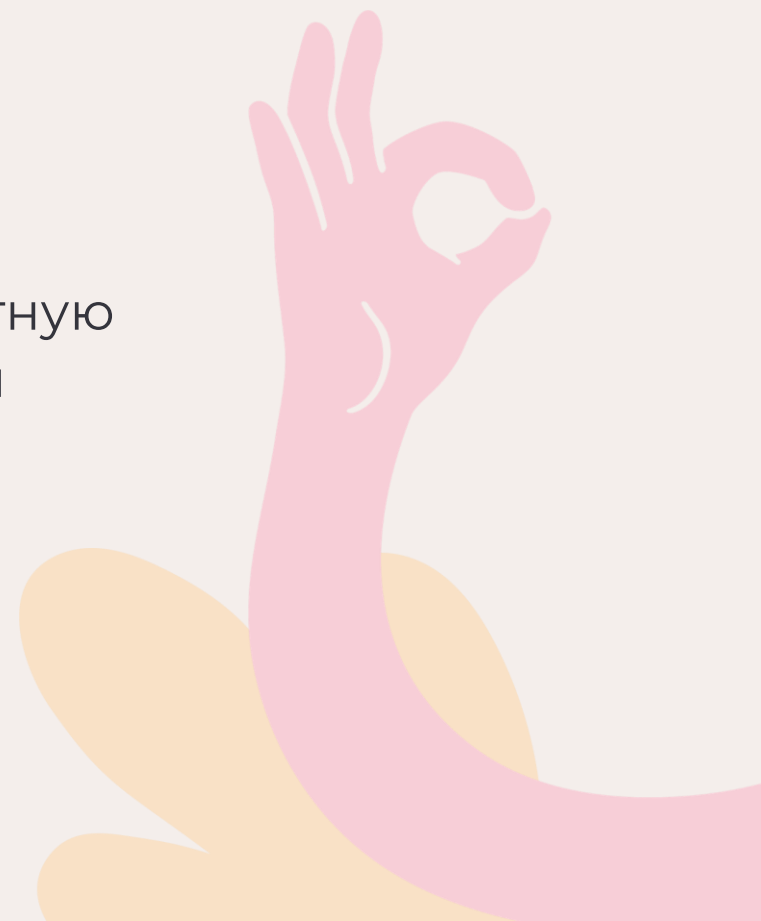
Система приоритезации
— решает маркетинг, а
не лидеры филиалов

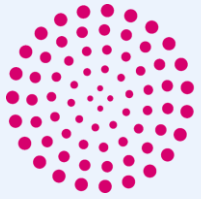


➤ Запуски новых филиалов

Есть команда запуска с регламентом и чётким процессом запуска.

- Маркетинг создаёт ажиотаж и плотный поток трафика ещё до запуска клиники.
- КЦ запускает обучение групп до запуска трафика.
- Результат: за 4 недели до запуска клиники получаем плотную запись с качественной обработкой заявок (сначала листы ожидания потом уже предзапись).
- Инфраструктура – номера телефонов, сайты, контур взаимодействия.





КЛИНИКА
ФОМИНА

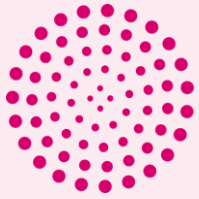
Тайные пациенты — польза или зло?



➤ Mango-телефония — ядро контактного центра и коммуникации в компании

- 500+ групп динамических номеров
- 40 статичных номеров
- 16 Регионов
- Сложные схемы маршрутизации





КЛИНИКА
ФОМИНА

Почему облачная
телефония,
а не on-prem?



MANGO OFFICE

1 час

простоя КЦ
в рабочее
время

= от 10 млн.

рублей потерь в обороте
компании



Mango

—

2 сбоя

за полтора года, когда
ломались ЦОДы Рунета

➤ Тайные пациенты в Клинике Фомина

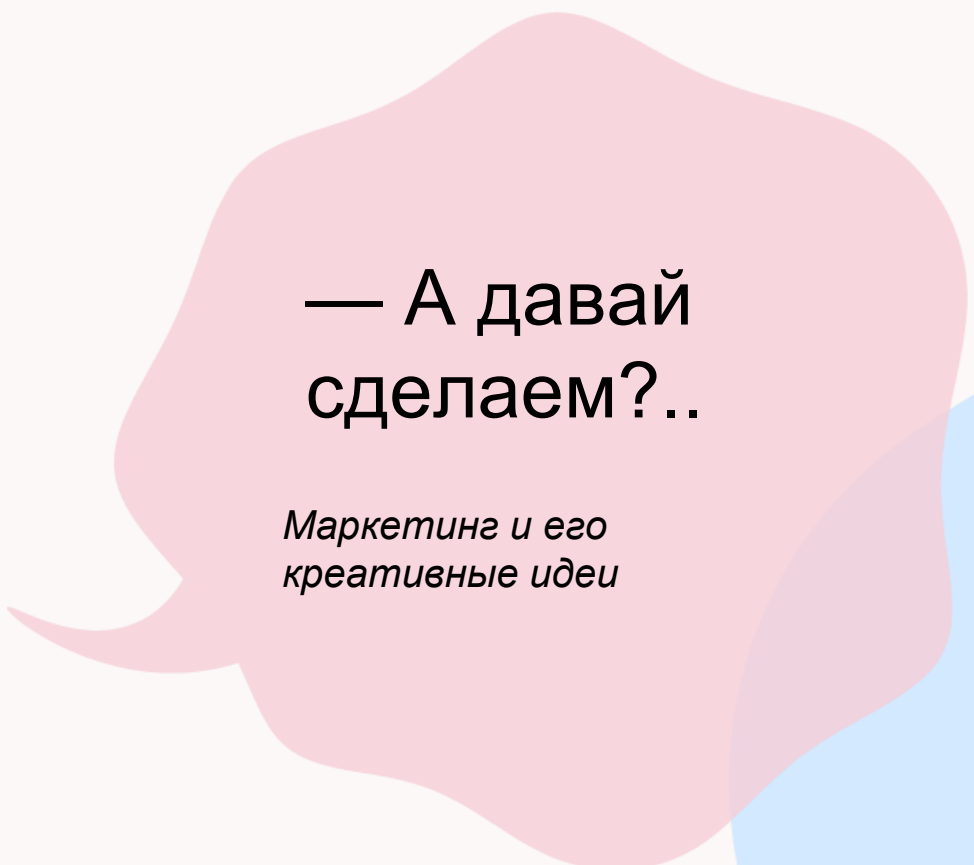
○ Маркетологи

○ Врачи

○ Лидеры клиник

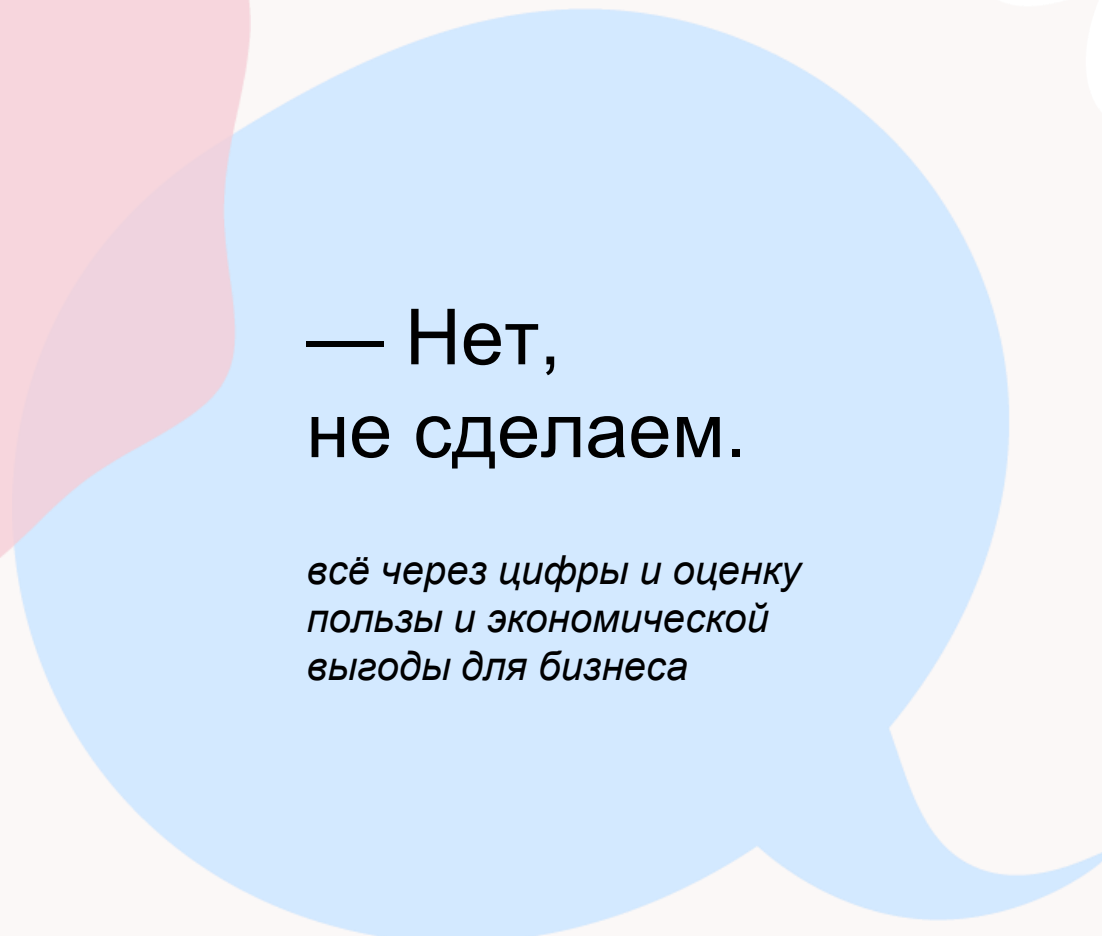
○ Администраторы





— А давай
сделаем?..

*Маркетинг и его
креативные идеи*



— Нет,
не сделаем.

*всё через цифры и оценку
пользы и экономической
выгоды для бизнеса*

Мango-телефония
— звонки

Источники
трафика

Речевая аналитика

АСЯ

1С МИС

CRM

**Сквозная
аналитика**

**Результат
— бизнес-
метрики**

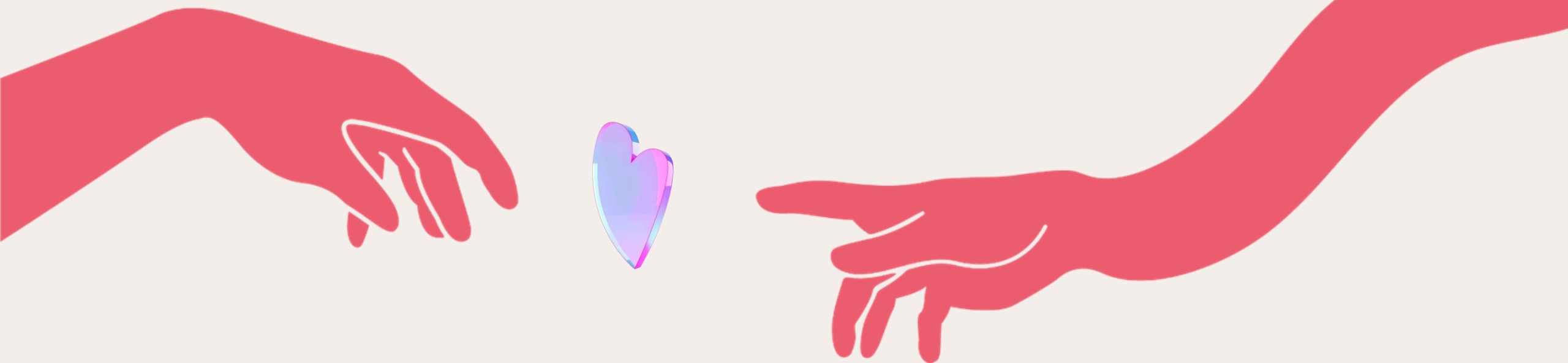
➤ Примеры метрик

- Нагрузка КЦ
- Детализация по направления мед.деятельности
- Анализ спроса
- Результативность рекламных каналов и кампаний (ROMI)
- Объёмы трафика по филиалам



➤ Инсайты от взаимодействия **Маркетинг_vs_КЦ**

- Причины не записи
 - Бренд или врач
 - Тестирование гипотез на основе цифр, а не ощущений
 - Первичный и/или повторный трафик
- Чаты — выделенные операторы
 - IVR — аккуратные, заботливые, с фокусом на пациента
 - Точечная работа с зонами роста



➤ Цифры

Среднее в месяц за 2024

Сентябрь 2025

Входящие звонки

59 100

81 717

Конверсия

51.00%

60.73%

SL

79%

85%

Чаты

13 787

23 822

Конверсия

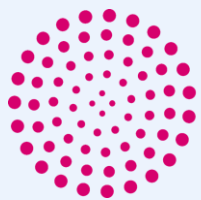
8%

25%

Затраты на ФОТ оборота КЦ

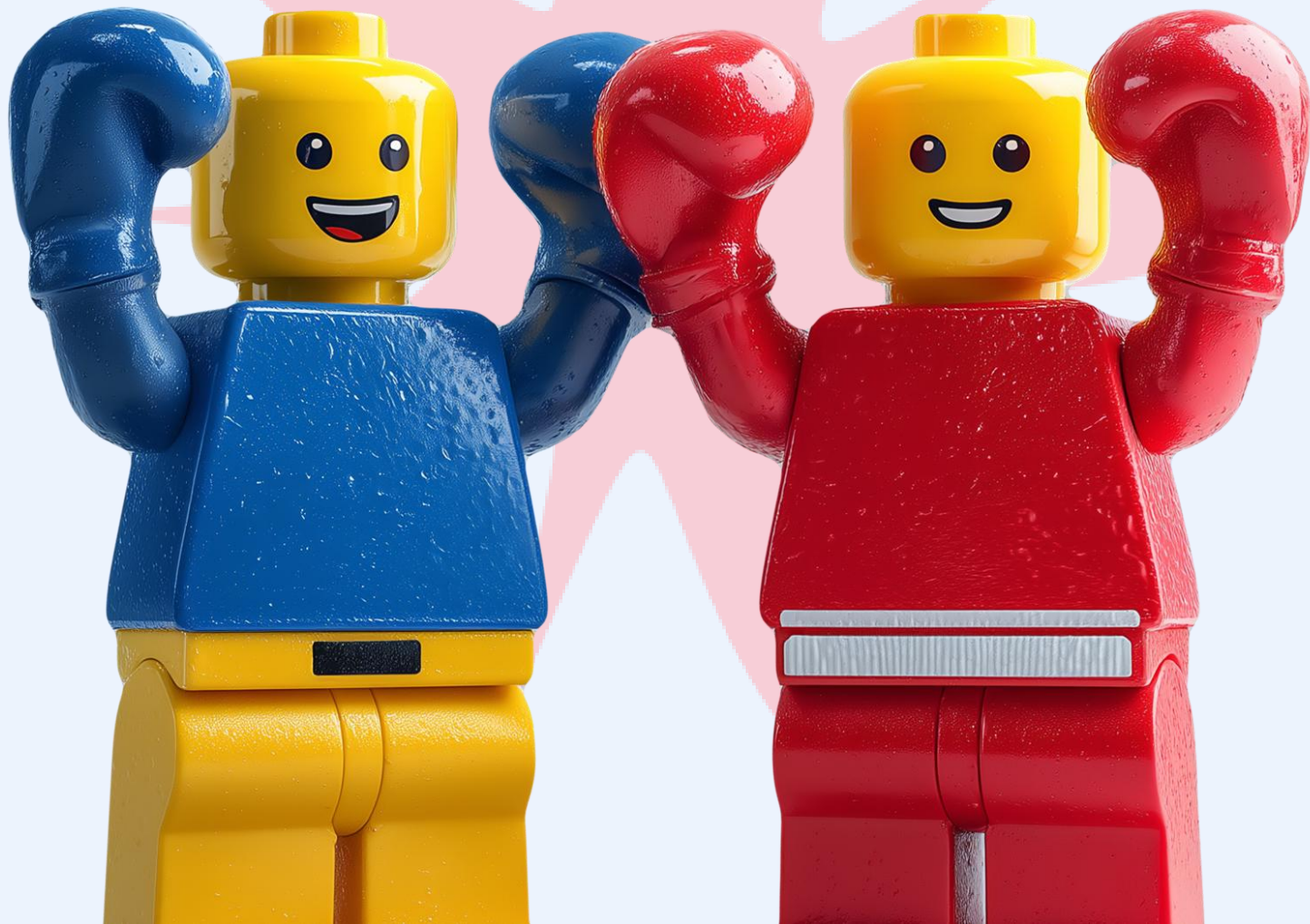
3.06%

2.99%



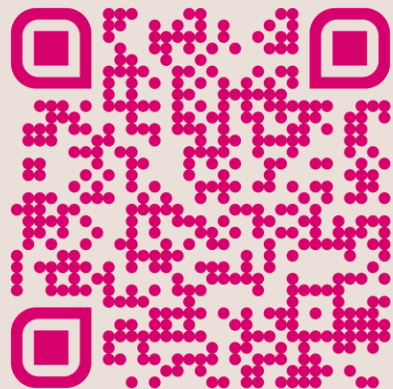
КЛИНИКА
ФОМИНА

**Работаем в команде
- даем результат**

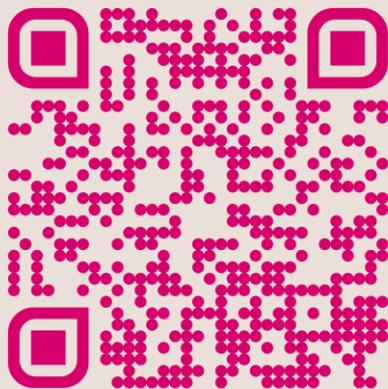


› С вами были

Андрей и Тамара



@Andrey_Bobin



@Tamara_Shargina

Если что,
пишите

