

Клиентопривлекательная Клиника (КЛИК)

Внедрите **КЛИК** и повышайте лояльность пациентов при каждом обращении

Повышайте
пациентоориентированность врачей
и качество обслуживания в
регистратуре

Проявите заботу о пациентах!



Добавьте в сенсорные терминалы АУДИОАНАЛИТИКУ,
исключающую необходимость прикасаться к экрану.



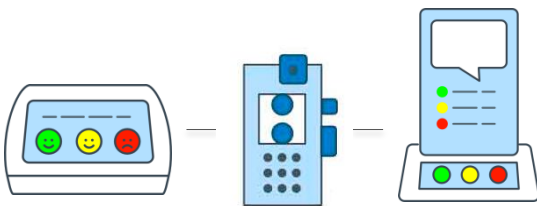
- Предоставьте пациентам удобную возможность оставлять обратную связь, не уходя из клиники.
- Изучайте ожидания, предпочтения и восприятие пациентов на основе опросов по репрезентативной выборке.
- Контролируйте соблюдение администраторами стандартов обслуживания без Тайных Пациентов.



Выход



Касса и другие точки контакта



Регистратура

На выходе из клиники устанавливается автономный **Объединенный Пост Качества**, с помощью которого пациенты могут оставлять различные виды обратной связи о качестве полученных услуг: спонтанные отзывы «доволен»/«недоволен», структурированные сообщения о причинах своего недовольства или восхищения, регистрировать жалобы и предложения в соответствии с требованиями 152 ФЗ. Его также можно использовать для предоставления пациентам возможности выполнять различные действия на сайте клиники (записываться на прием, получать информацию о врачах и т.п.).

Периодически, при участии промо персонала, с помощью **Объединенного Поста Качества** проводятся РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ опросы пациентов. В этом случае используется специальная технология, позволяющая без потери качества результатов получать близкий к 100% уровень отклика и не смещенную выборку.

В небольших клиниках альтернативой Объединенному Посту Качества может быть **Код Лояльности**. Открытки **Кода Лояльности** могут размещаться в регистратуре, на кассе и других точках контакта.

В каждом окне регистратуры устанавливается **аудио-регистратор (или диктофон-бейдж)** и **Кнопка Лояльности**. **Аудио-регистратор** записывает речь администраторов. **Кнопка Лояльности** обеспечивает пациентам возможность оставлять спонтанные отзывы «доволен»/«недоволен». Специальная система позволяет оценивать речь администратора на соответствие стандарта обслуживания. Эта же система используется для определения причин недовольства обслуживанием в регистратуре, которое пациенты выражают с помощью **Кнопки Лояльности**.

1. В различных точках клиники размещаем таблички с просьбой поделиться отзывом о посещении клиники на Объединенном Посту Качества, установленном на выходе.
 - a. В сценарии Объединенного Поста Качества, используемого для получения негативных отзывов, максимально облегчаем пациенту возможность сообщить причину своего недовольства (голосом, текстом, выбором из списка и т.д.). **Негативные отзывы «закрываем» на службу качества (не выносим «сор» из избы)**, систематизируем причины недовольства, устраняем «узкие места».
 - b. **Позитивные отзывы транслируем в Сеть**. В сценарии Объединенного Поста Качества, используемого для получения ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ отзывов, выводим на экран QR-код, ведущий на страницу клиники на Яндекс Картах или других ресурсах Сети.
2. В стандарт обслуживания в регистратуре (где стоят аудио-регистраторы и Кнопки Лояльности), добавляем регламент реагирования на спонтанные отзывы пациентов, получаемые с помощью Кнопки Лояльности:
 - a. Если пациент оставляет ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ отзыв, администратор должен принести свои извинения и задать один или несколько вопросов, из ответов на которые должна быть понятна причина недовольства. Трек записи разговоров, сделанный с помощью аудио-регистратора или диктофона, автоматически пересылается в службу качества, которая систематизирует причины недовольства и устраняет «узкие места».
 - b. Если пациент оставляет ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ отзыв, должен улыбнуться и поблагодарить пациента, и если ситуация позволяет, в тактичной форме предложить пациенту оставить отзыв о работе клиники на Объединенном Посту Качества, установленном на выходе.
3. В матрицу KPI администраторов включаем показатель **Выполнение Стандарта Продаж**. Для этого ежемесячно выборочно прослушиваем определенное число записей их разговоров с пациентами. На основе результатов прослушивания заполняем чек листы, на основе которых автоматически рассчитывается KPI «Выполнение Стандарта Продаж». Дополнительно ВСЕ записи могут автоматически обрабатываться Текстовым Анализатором на наличие запрещенной лексики и выполнение специальных требований. Заполнение соответствующих чек листов и расчет дополнительных KPI выполняются автоматически.

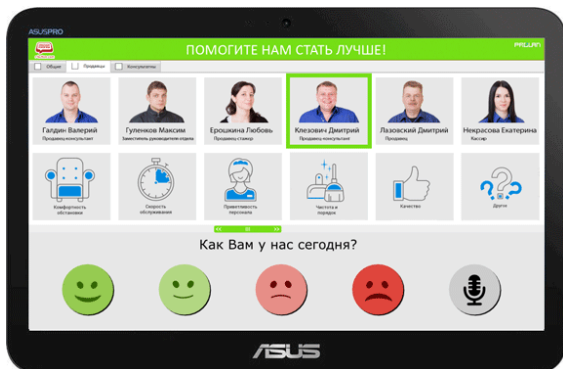
Внедрение КЛИК позволит:

1. Повысить лояльность пациентов, и как следствие, значение показателя LifeTime Value.
2. Повысить пациентоориентированность врачей.
3. Улучшить соблюдение администраторами стандарта обслуживания.

Главный врач всегда будет знать, где сейчас "узкое место", в какую точку в условиях ограниченности ресурсов нужно сейчас направить силы и средства, какую задачу там сейчас нужно решать.

Лояльность пациентов — ценный ресурс. Для эффективного управления лояльностью необходима эффективная обратная связь от пациентов. Система обратной связи клиники должна поддерживать, как минимум, 4 вида коммуникаций, каждая из которых предназначена для решения своих задач:

1. **Спонтанные отзывы «доволен/недоволен»** по каждому врачу, медицинскому работнику, услуге, объекту инфраструктуры, политике и т.п. Используются, во-первых, как датчик наличия системных сбоев в обслуживании пациентов, во-вторых, для локализации «узких мест» и «слабых звеньев», в-третьих, для мотивации фронт-персонала оставлять у пациентов положительный эмоциональный след.
2. **Информативная обратная связь** по каждому врачу, медицинскому работнику, услуге, объекту инфраструктуры, политике и т.п. Пациенты должны иметь возможность, не оставляя своих контактов, сообщать о причинах своего недовольства и восхищения. Используется для определения действий, которые необходимо предпринять для расширения «узких мест» и усиления «слабых звеньев».
3. **Инструментальные жалобы и обращения**, соответствующие требованиям 152 ФЗ, с помощью которых пациенты обращаются к администрации клиники за помощью в решении какой-то проблемы. Используются для «возвращения» недовольных и мобилизации лояльных пациентов, уменьшения числа жалоб в регулирующие органы, уменьшение негатива и увеличение позитива в Сети (улучшения репутации).
4. **Периодические опросы пациентов** периодические опросы пациентов по случайной (не стихийной) репрезентативной выборке. Используется, во-первых, для оценки эффективности действий по управлению клиентским опытом (NPS, CES, CSI, CSAT и т.д.), во-вторых, для изучения ожиданий и предпочтений пациентов.



Объединенный Пост Качества



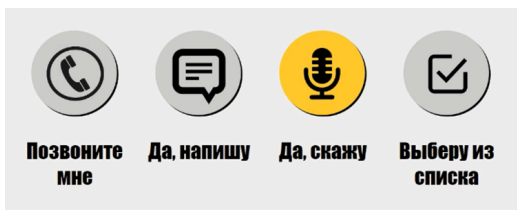
Код Лояльности

На выходе из клиники устанавливается Объединенный Пост Качества, поддерживающий технологию VoiceTouch, который интегрируется с сайтом клиники и решает следующие задачи:

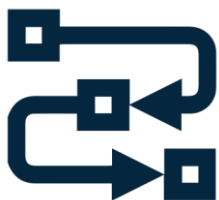
1. Получение от пациентов спонтанных оценок «доволен/недоволен», информативной обратной связи, инструментальных жалоб. Положительные информативные отзывы маршрутизируются в Сеть, например, на Яндекс Карты. Негативные отзывы и инструментальные жалобы «закрываются» на главного врача или службу качества клиники.
2. Проведение репрезентативных опросов пациентов, в частности, NPS-опросов. Опросы проводятся периодически, не чаще 1 раза в 6 месяцев, с участием промо персонала.

Используемая технология опросов позволяет без потери качества результатов обеспечить близкий к 100% уровень отклика и несмещенную выборку.
3. Выполнение пациентами действий на сайте клиники: запись на прием, просмотр информации о врачах, нормативно-справочных документов и т.п.

В небольших клиниках альтернативой Объединенному Посту Качества может быть Код Лояльности, предназначенный для получения информативной обратной связи и инструментальных жалоб. Положительные отзывы маршрутизируются в Сеть, например, на Яндекс Карты. Негативные отзывы и инструментальные жалобы «закрываются» на главного врача или службу качества клиники.



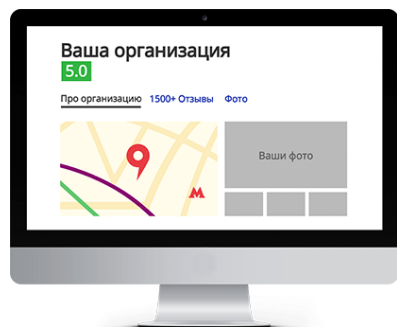
Разные способы оставить обратную связь с помощью ОПК



Управление недовольством службой качества



QR-код на экране ОПК



Возвращение недовольных

Негатив пациентов «замыкается» на службу качества клиники.

1. Установите Объединенный Пост Качества (ОПК) в таком месте, чтобы оставлять обратную связь было удобно.
2. Обеспечьте, чтобы сообщать о причине недовольства было просто.
3. «Замкните» информацию о недовольстве на службу качества. Старайтесь устранять негатив по горячим следам и на месте.

Мобилизация лояльных

Позитив пациентов транслируется на Яндекс Карты и т.п.

1. Если пациент выражает на ОПК позитив, автоматически выводите на экран QR-код, ссылающийся на вашу страницу на Яндекс.Картах.
2. Поощряйте фронт персонал за положительные отзывы пациентов на Яндекс Картах.

Соблюдение администраторами стандарта обслуживания обеспечивает высокое **воспринимаемое** качество обслуживания, являющееся **важным фактором** лояльности пациентов.

Для этого необходимо:

1. Разработать стандарт обслуживания, основанный на концепции, что основными драйверами удовлетворенности пациентов являются **эмпатия** и **профессионализм** администраторов.
2. Эффективно управлять соблюдением стандарта администраторами. Такое управление включает:
 - а. Получение репрезентативной и достоверной информации о соблюдении стандарта, которую можно увязывать с системой мотивации без риска демотивировать администраторов. **Традиционные Тайные Пациенты источником такой информации не являются.**
 - б. Внедрить систему мотивации администраторов, основанную на соблюдении ими стандарта.



Аудио-регистратор или диктофон-бейдж



Датчик Присутствия (сонар)



Кнопка Лояльности (контактная, бесконтактная, проводная, беспроводная)

В каждом окне регистратуры устанавливается [Электронный Тайный Покупатель](#), включающий:

1. Аудио-регистратор или диктофон. Используются для автоматической записи речи администратора во время обслуживания пациентов.
2. Датчик Присутствия (сонар). Используется для автоматического определения периодов времени, когда выполнялось обслуживание пациента. Если в клинике внедрена система управления очередью, то Датчик Присутствия при наличии интеграции с КЛИК, может не использоваться.
3. Кнопка Лояльности. Используется для получение от пациентов спонтанных оценок «доволен»/«недоволен».

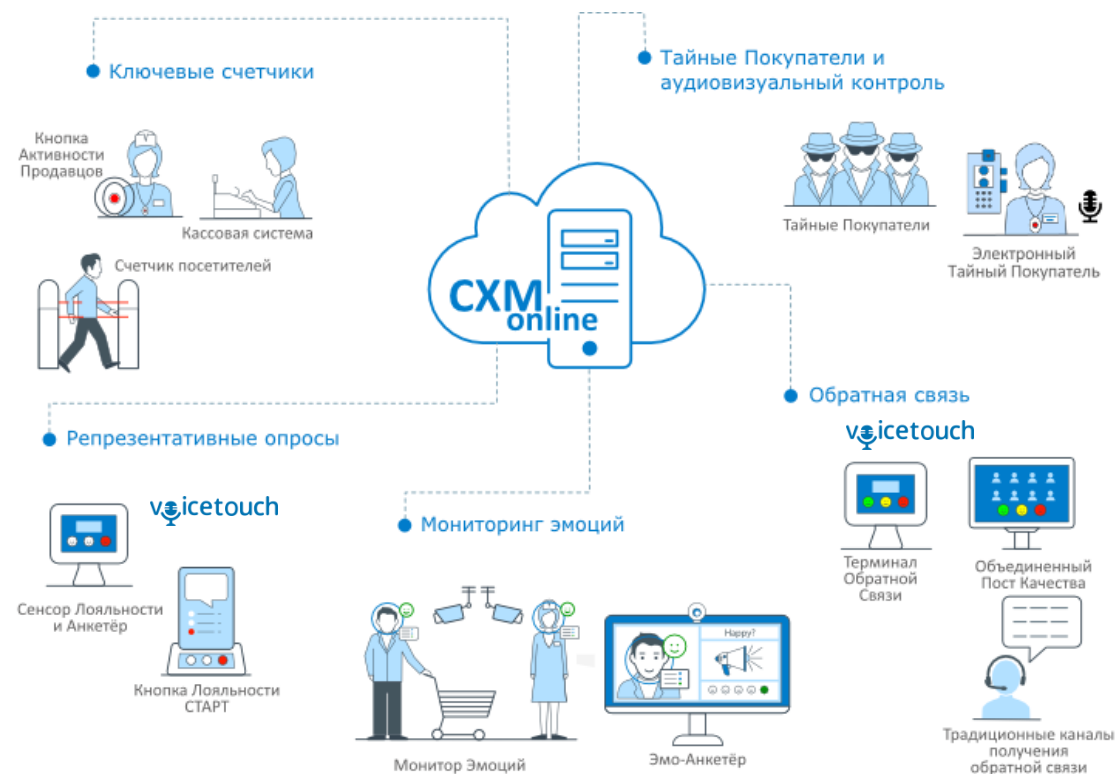
[Электронный Тайный Покупатель](#) позволяет:

1. Определять и оцифровывать причины недовольства пациентов, соответствующие спонтанным оценкам «недоволен».
2. Оценивать и оцифровывать все контакты с пациентами на соответствие стандарта.

Отличительные преимущества КЛИК:

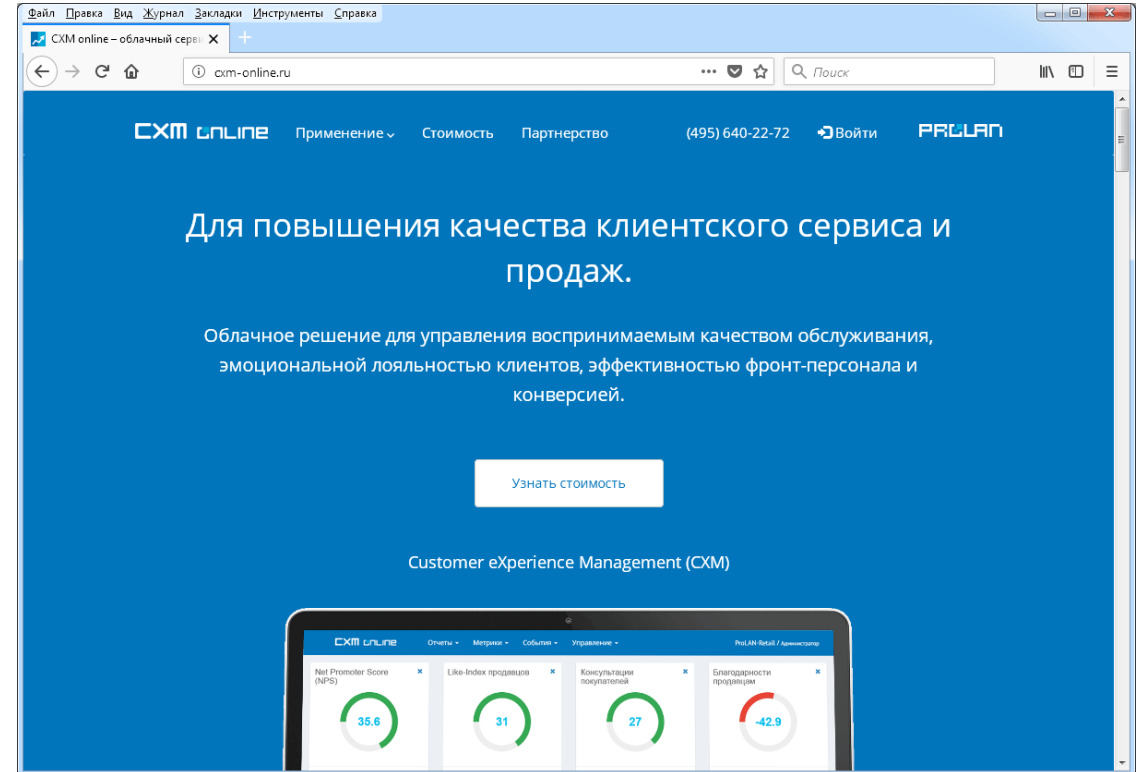
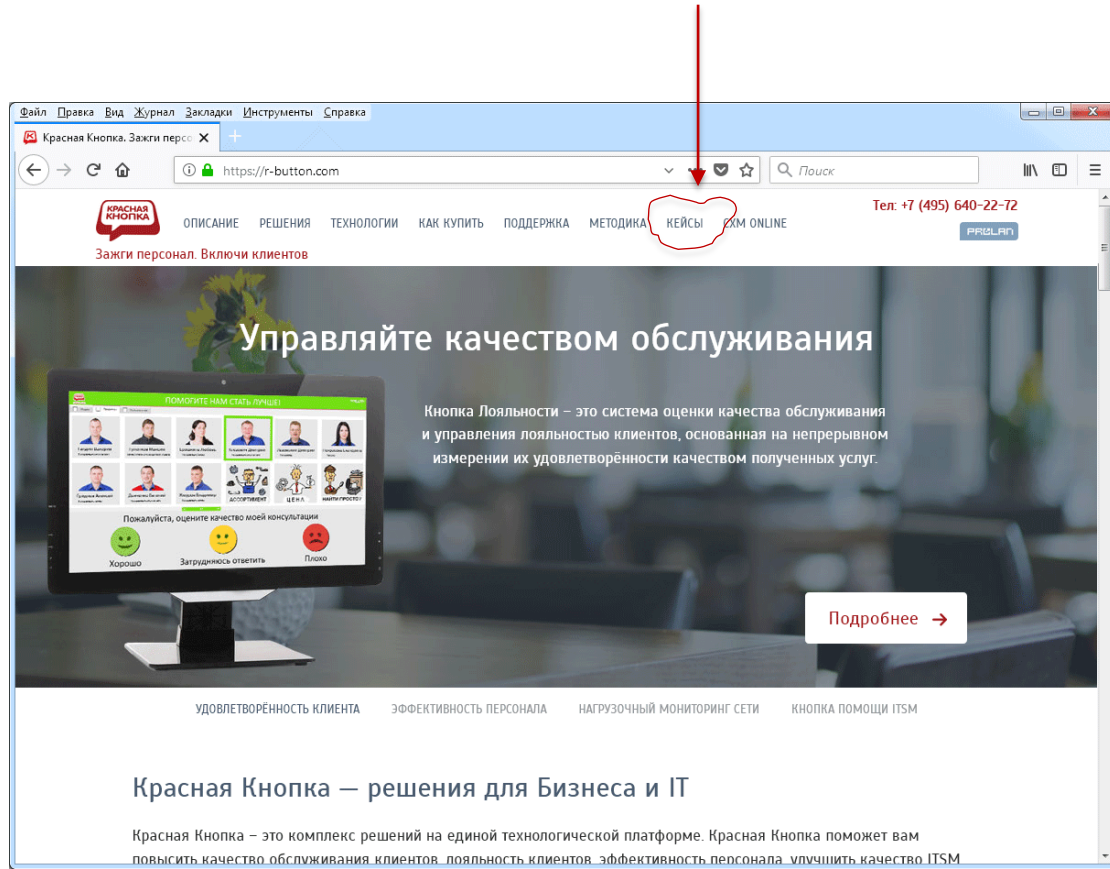
- 1. Системный подход.** КЛИК - классическая система управления, в которой целевой функцией является LifeTime Value, а факторами – лояльность пациентов и соблюдение фронт персоналом стандартов. Внедряя КЛИК, вы инвестируете в развитие бизнеса.
- 2. Комплексность решения.** КЛИК – это комплексное решение, «из коробки» поддерживающее множество способов получения информации; см. рисунок. Внедряя КЛИК, вы получаете всё и сразу.
- 3. Открытость платформы.** КЛИК прозрачно интегрируется с другими системами. Это касается как источников информации (счетчики посетителей, кассовые системы), так и аналитических систем.

Смотрите на слона целиком



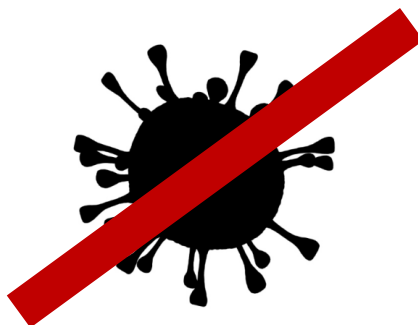
КЛИК – решение для повышения лояльности пациентов. Экономический эффект от внедрения КЛИК зависит от эффективности соответствующих бизнес процессов. В рамках пилота можем выполнить следующие работы:

1. Разработать факторную модель удовлетворенности пациентов и автоматизировать процесс оценки удовлетворенности пациентов по факторам модели.
2. Разработать регламент реагирования на жалобы пациентов (для управления недовольством).
3. Классифицировать возможные причины недовольства пациентов качеством обслуживания и автоматизировать систематизацию причин недовольства (для определения «узких мест»).
4. Разработать и настроить чек листы для оценки соблюдения администраторами стандарта обслуживания (на основе записей разговоров).
5. Разработать и внедрить экспертизы текстовой аналитики для автоматизированного определения в речи администраторов признаков конфликта с пациентами, для оценки речи администраторов на наличие и/или отсутствие определенной лексики.
6. Прослушать определенное число записей разговоров с пациентами, и оценить их на соответствие стандарта обслуживания.



На рынке с 1991 года

P.S. Берегите пациентов



voicetouch



[Подробнее ...](#)

Внедрите голосовое управление сенсорными устройствами:

1. Уменьшите риск заражения пациентов вирусными инфекциями.
2. Обеспечьте пациентам удобства поиска и ввода информации в сенсорные терминалы.
3. Обеспечьте людям с ограниченными возможностями дополнительное удобство при использовании сенсорных устройств.

Сегодня большинство современных домов оснащены пандусами для инвалидов. В подъезде может не быть ни одного инвалида, но пандус там все равно есть, т.к. это проявление заботы о жильцах.

Голосовое управление - это "пандус" для пациентов, испытывающих дискомфорт от прикосновения к экранам сенсорных терминалов в общественных местах. [Даже если таких клиентов меньшинство, голосовое управление должно быть, т.к. проявление заботы о клиентах.](#)

Пожалуйста, оцените качество сервиса в нашей клинике

Если довольны, скажите: «Хорошо» и почему...

Не уверены, скажите: «Затрудняюсь» и почему...

Если недовольны, скажите: «Плохо» и почему...



микрофон


Говорите в микрофон



Узнайте подробнее ...



Обратная связь **ТОЛЬКО ГОЛОСОМ**

 Речевая
аналитика



«Да. Понравилось. Отлично ...»



«Не знаю. Никак. Средне ...»

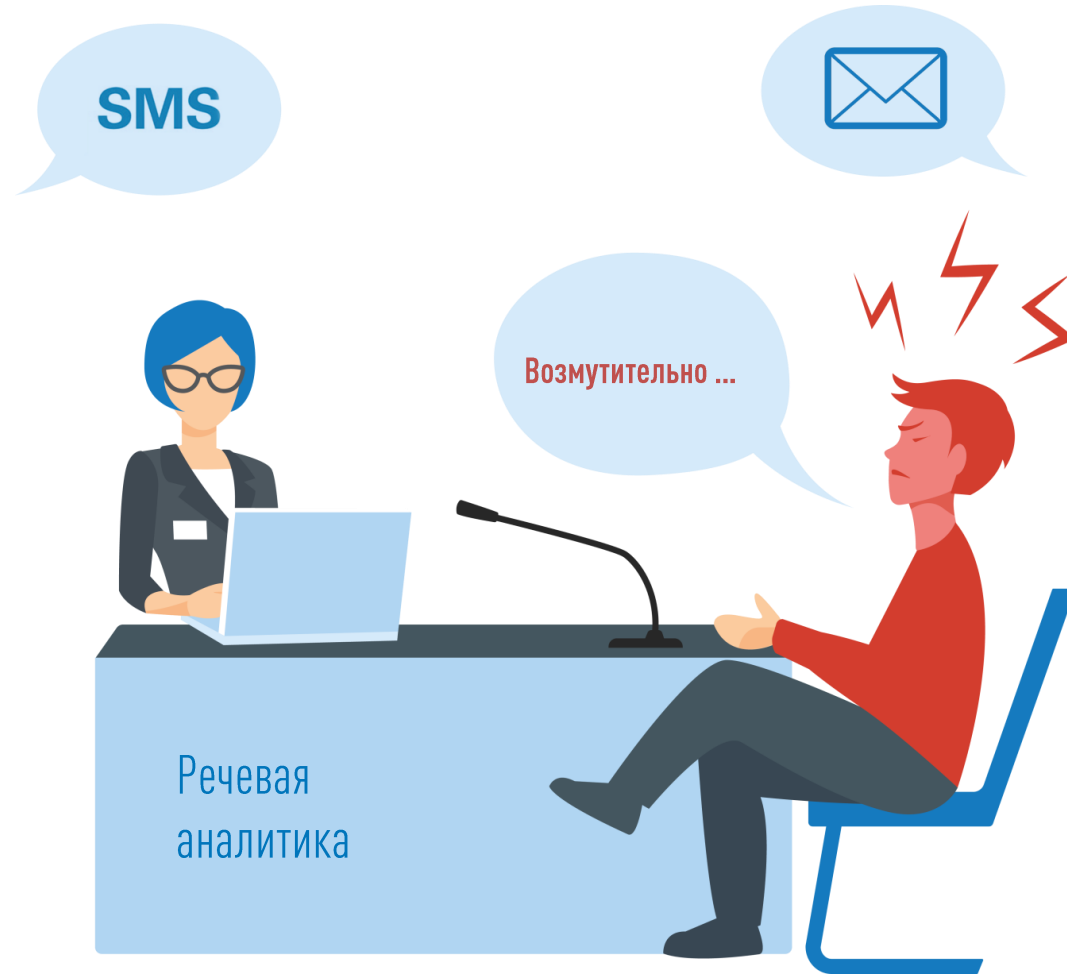


«Нет. Не понравилось. Плохо ...»

Узнайте подробнее ...



Интерактивный терминал на основе обычного монитора



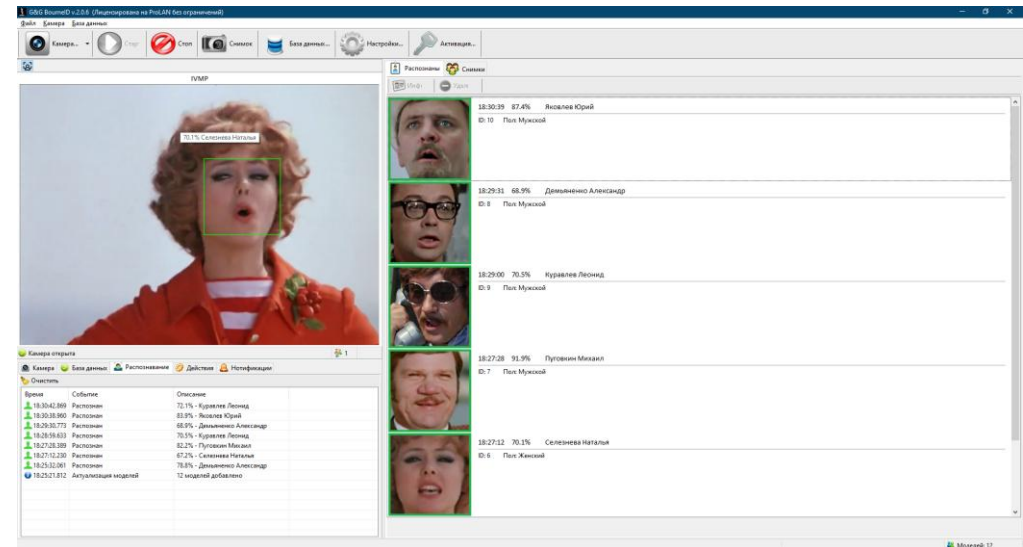
Узнайте подробнее ...



Контроль коммуникаций с пациентами **в реальном времени**



Измерение эмоций пациентов.
 Подробнее: [Монитор Эмоций](#).



Идентификация пациентов по лицу.