

10 СОВЕТОВ

по организации
медицинского
туризма

Как получать
запросы от
иностранцев
без бюджета

**Евгений
Чернышев**



Чернышёв Е.В.

Как получить запросы от иностранных пациентов без бюджета/ Чернышев Е.В., Шепель Р. Н., Беззубенко О.И. - М: 2022. - ФГБУ «НМИЦ ТПМ» Минздрава России - 61 с. - Серия «10 советов по организации медицинского туризма»

Рецензент: Щекин Г.Ю., Профессор ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет» Минздрава России, доктор социологических наук

«В условиях ограниченных бюджетов в медицинских организациях на развитие медицинского туризма и экспорта медицинских услуг актуальной становится тема безбюджетных каналов привлечения запросов от иностранных пациентов. Запросы впоследствии конвертируются в поездки иностранцев за плановой медицинской помощью. Советы данной книги призваны помочь медицинским организациям наладить стабильный поток запросов без затрат.»

Чернышев Е.В., Президент Ассоциации медицинского туризма и экспорта медицинских услуг
Шепель Р.Н., заместитель директора по перспективному развитию ФГБУ «НМИЦ ТПМ» Минздрава России, к.м.н.
Беззубенко О.И., руководитель отдела медицинского туризма ФГБУ «НМИЦ ТПМ» Минздрава России

ФГБУ «Национальный медицинский исследовательский центр терапии и профилактической медицины»

Министерства здравоохранения Российской Федерации:

Адрес издательства: 101990, г. Москва, Петроверигский пер., 10, стр. 3

Все книги:



www.gnicpm.ru/medicizinskij-turizm-dlya-speczialistov

Серия: 10 советов по организации медицинского туризма

Как получать запросы от иностранных пациентов без бюджета



Автор: Чернышев Евгений Владимирович,
Президент Ассоциации медицинского
туризма и экспорта медицинских услуг.

Контакты



«В условиях ограниченных бюджетов в медицинских организациях на развитие медицинского туризма и экспорта медицинских услуг актуальной становится тема безбюджетных каналов привлечения запросов от иностранных пациентов. Запросы впоследствии конвертируются в поездки иностранцев за плановой медицинской помощью. Советы данной книги призваны помочь медицинским организациям наладить стабильный поток запросов без затрат.»

Совет №1

Получите запросы от агентств медицинского туризма по пациентам – «отказникам»



Срок реализации: 14 дней

Мед.организациям: частным и государственным

Опыт в мед.туризме: новички

Ответственные: руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческий), координатор по работе с иностранными (иностранцами) пациентами.

Наиболее быстрый и эффективный путь развития медицинского туризма в медицинской организации - это работа со специализированными агентствами медицинского туризма, как российскими, так и зарубежными.

Агентство медицинского туризма - это зарегистрированная коммерческая организация, которая оказывает услуги физическим и юридическим лицам по организации лечения в России и/или за рубежом. На регулярной основе агентства получают запросы от пациентов, работают с их медицинскими документами, контактируют с ведущими медицинскими центрами, занимаются полной организацией медицинского тура. Как правило, запросы от агентств более результативны на последующие поездки пациентов на лечение, чем прямые обращения пациента в медицинскую организацию.

Агентства пользуются большим авторитетом у медицинских организаций, поэтому стать новым партнером агентства - задача не самая простая. Агенты уже имеют сложившиеся отношения с проверенными медицинскими организациями и часто не желают рисковать, начиная сотрудничество с незнакомым партнером.

Однако следует знать, что в агентствах лишь 1-3 клиента из 10 обратившихся в итоге едут на лечение. Остальные 7-9 клиентов из 10 признаются «отказниками», теми, кого не заинтересовали предложения медицинских организаций из обычно дорогих стран.

Целесообразным будет предложить агентствам медицинского туризма передать в Вашу медицинскую организацию медицинские документы таких «отказников».

Зачастую речь идет о хронических заболеваниях, и направление предложения агентом от вашей медицинской организации спустя 3-5 недель не будет воспринято как что-то неуместное. Для агентства – это повод для возобновления продажи медицинского тура, для вас – возможность бесплатно получить запросы по потенциальным медицинским туристам, отработать алгоритм работы с запросами, когда в ответе нет срочности.

Совет №1 Пошаговый план

Шаг 1

Подготовьте электронную версию информационного материала о вашей медицинской организации, ориентированную на агентство медицинского туризма с описанием организации работ с иностранными пациентами.

Шаг 2

Составьте список из минимум 20 агентств медицинского туризма для последующей отправки предложения. Искать агентства можно с помощью справочника 2GIS, в поисковых системах Яндекс и Google, а также через профессиональные ассоциации медицинского туризма.

Совет №1 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 3

Направьте на электронную почту каждого агентства по медицинскому туризму информацию о вашей медицинской организации, проинформировав заинтересованности в сотрудничестве.

Шаг 4

Созвонитесь с представителями агентств, чтобы устно обсудить возможность взять на себя подготовку предложений для «отказников».

Совет № 2

Получите запросы от представителей национальных диаспор вашего региона



Срок реализации: 20 дней

Мед.организациям: частным и государственным.

Опыт в мед.туризме: новички

Ответственные: заместитель главного врача, руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческий), координатор по работе с иностранными (иногородними) пациентами.

Национальные диаспоры - это этнические группы людей на территории регионов Российской Федерации, имеющие страной происхождения иное государство. Участники диаспор могут быть как иностранные граждане, так и граждане Российской Федерации. Почти в каждом регионе России проживают представители десятков диаспор, имеющих культурные центры, дома дружбы и библиотеки.

Правительство Российской Федерации поддерживает политику по сохранению и развитию национальных культур: функционирует Федеральное агентство по делам национальностей, в структуре администрации регионов также работают отделы/комитеты по делам национальностей.

Руководители национальных диаспор зачастую являются крупными предпринимателями и заинтересованы в поддержании деловой активности между Россией и страной происхождения диаспоры. Одним из недооцененных направлений работы с национальными диаспорами остается сфера медицинского туризма. Представители диаспор на регулярной основе занимаются организацией лечения своих соотечественников в России, оказывают им координационную поддержку организуют встречу, размещение, обеспечивают переводом и сопровождением, содействуют в приобретении лекарственных препаратов, обеспечивают постлечебную обратную связь с врачом.

Однако медицинские организации лишь нескольких регионов России разглядели в работе с диаспорами возможности расширения внебюджетной деятельности и развитие экспорта медицинских услуг.

Организация встреч-презентаций медицинских возможностей региональным представителям диаспор - это новая перспективная практика формирования источника привлечения иностранных пациентов на платные услуги. Ранее представители диаспор не были избалованы вниманием медицинских организаций поэтому не рассматривали медицинский туризм как перспективное направление развития медицинских услуг. Поддержку в установлении контактов с руководством диаспор может оказать отдел/комитет по делам национальностей Вашего региона.

Совет № 2 Пошаговый план.

Шаг 1

Предложите нескольким медицинским организациям вашего региона, имеющий профиль, отличающийся от профиля вашего медицинского учреждения, объединиться в группу для презентации возможностей представителям национальных диаспор.

Шаг 2

Получите консультацию отдела по делам национальностей администрации Вашего региона по вопросу организации презентации для представителей диаспор.

Совет № 2 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 3

Подготовьте и разошлите через отдел по делам национальностей письмо-приглашение на встречи-презентации в диаспоры вашего региона.

Шаг 4

Подготовьте презентацию и выделите уполномоченного специалиста из числа сотрудников отдела по развитию внебюджетной деятельности для работы с представителями диаспор.

Совет № 3

Получите больше запросов с веб-сайта вашей медицинской организации.



Срок реализации: 4 дня

Мед.организациям: частным и государственным.

Опыт в мед.туризме: новички

Ответственные: руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческий), руководитель отдела автоматизации (IT).

Один из самых простых и доступных способов увеличить количество обращений от медицинских туристов - это внести ряд изменений на веб-сайт вашей медицинской организации.

Прежде всего целесообразно выделить отдельный раздел, который может называться «Медицинский туризм» или «Иностранным пациентам». Это разрешено делать даже национальным медицинским исследовательским центрами (НМИЦ), которые имеют массу ограничений, в том числе в вопросах организации информации на веб-сайте.

Сквозная аналитика веб-сайтов медицинских организаций показывает, что посетителями часто становятся не только жители региона работы медицинской организации, но и других субъектов Российской Федерации и даже других стран мира.

В редком случае такая категория пользователей оставляет запросы на веб-сайте. Это связано с тем, что контент веб-сайта в недостаточной степени ориентирован на пациентов из других стран. Ниже приведены отдельные элементы веб-страницы, которые способствуют повышению конверсии в заявку, то есть увеличению доли пользователей, которые оставляют заявку, из числа посетителей веб-сайта.

Публикация информации в разделе для иностранных пациентов должна осуществляться на разных языках. В переводе материалов помощь может оказать медицинский ВУЗ вашего региона, в котором учатся студенты из разных стран мира.

- Обязательным атрибутом страницы должна стать веб-форма запроса, которую легко заполнить.
- Схема работы с иностранными пациентами, опубликованная на веб-сайте в виде этапов/шагов или в виде картинки-схемы даст иностранному пациенту понимание, что далее произойдет после отправки запроса.
- Дополнение такой схемы информацией о сроках рассмотрения запроса и формировании предложения пациенту будет ценным преимуществом.
- Отзывы иностранных пациентов и блок с ответами на частые вопросы также создаст доверие у нерезидентов.

Совет № 3 Пошаговый план

Шаг 1

Проверьте, имеется ли на веб-сайте медицинской организации выделенный раздел или вкладка, ориентированная на иностранного пациента.

Шаг 2

Подготовьте техническое задание в произвольной форме для IT-отдела по доработкам на сайте в части размещения веб-формы заявки, схемы работы, текстовой информации на разных языках, отзывов и блока с ответами на часто задаваемыми вопросами.

Шаг 3

Проверьте корректность отображение текстов на иностранных языках на веб-сайте после их публикации.

Совет № 3 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 4

Проверьте корректность работы веб-формы заявок.

Шаг 5

Утвердите алгоритм работы с заявками от иностранных граждан, которые поступают через веб-форму заявки.

Совет №4

Получите запросы с сайтов-агрегаторов по медицинскому туризму



Срок реализации: 18 дней

Мед.организациям: частным

Опыт в мед.туризме: продвинутый

Ответственные: руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческий), координатор по работе с иностранными (иностранцами) пациентами

За последние 10 лет сайты-агрегаторы по медицинскому туризму являются стабильным источником обращений от иностранных пациентов.

Отраслевой сайт-агрегатор для медицинских туристов - это продвинутый каталог предложений от медицинских организаций со всего мира, имеющий гибкую выдачу медицинских организаций по параметрам нозологии, ценового сегмента, страны, опыта в медицинском туризме и даже по наличию международных сертификатов или аккредитаций. На сегодняшний день в сети Интернет работают как российские, так и иностранные сайты-агрегаторы, которые готовы разместить на своей площадке информацию о медицинских организациях из разных стран мира, включая Россию. Большинство подобных площадок не взимает платы с медицинских организаций за размещение информации о них.

Как правило, бизнес-модель таких агрегаторов построена на получении небольшого комиссионного вознаграждения за пролеченных иностранных пациентов и на оказании дополнительных услуг медицинским организациям в виде расширенного профиля на портале или использования рекламных возможностей площадки, включая рекомендации и рассылки.

В некоторых случаях агрегаторы взимают плату за каждый направленный иностранным пациентом запрос на лечение, который был оформлен через сайт-агрегатор.

Как правило, сервисы-агрегаторы предъявляют повышенные требования к медицинским организациям как к провайдерам услуг медицинским туристам, например, четко выстроенные бизнес- процессы работы с запросами, короткий **срок** рассмотрения запросов и оперативная подготовка и направление предложений, наличие специализированного международного отдела, оказание комплекса услуг по сопровождению иностранных пациентов и т.д.

Всего принято говорить о 10 самых известных сайтах-агрегаторах по медицинскому туризму, часть из которых созданы в России. Имеет смысл, в первую очередь, обратиться к российским агрегаторам. И затем, получив опыт работы с подобными сервисами, обращаться к зарубежным порталам.

Совет № 4 Пошаговый план

Шаг 1

В профессиональных объединениях участников рынка медицинского туризма (ассоциациях) запросите перечень российских и международных сайтов-агрегаторов по медицинскому туризму.

Шаг 2

Запросите условия размещения медицинской организации.

Шаг 3

Подготовьте уникальные (с точки зрения SEO) тексты про медицинскую организацию на русском и английском языках и качественные фотографии.

Совет № 4 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 4

Запросите рекомендации экспертов сайта-агрегатора по эффективной работе с запросами, поступающими с сайта-агрегатора.

Шаг 5

Утвердите алгоритм работы с запросами от агрегаторов.

Совет № 5

Получите запросы от зарубежных врачей



Срок реализации: 12 дней

Мед.организациям: частным и государственным

Опыт в мед.туризме: новички

Ответственные: руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческий), координатор по работе с иностранными (иногородними) пациентами, специалист отдела по связям с общественностью.

Среди каналов привлечения иностранных пациентов врачи, направляющие на лечение за рубеж, были и остаются одним из самых надежных.

Врачами-агентами по медицинскому туризму, как правило, становятся медики, которые посещали зарубежные медицинские организации с ознакомительным визитом или в рамках стажировки. Благодаря подобным поездкам у врача формируется лояльность к зарубежной медицинской организации, устанавливаются деловые контакты с зарубежными коллегами-медиками.

Врачи как никто другой хорошо понимают технологические разрывы в медицинской помощи и могут рекомендовать пациентам прохождения лечения или диагностики в хорошо знакомой ему зарубежной медицинской организации.

На протяжении многих лет российских врачей в качестве агентов привлекали медицинские организации Израиля, Турции, Южной Кореи, Испании, Швейцарии и других стран.

Одновременно с этим работает и противоположная схема взаимодействия специалистов, когда врачи из республик бывшего СССР рекомендуют своим пациентам в ряде случаев обращаться к ведущим российским врачам, в особенности, к специалистам, работающим в национальных медицинских исследовательских центрах (НМИЦ).

Как правило, запросы, направленные иностранными врачами, например, из стран Средней Азии, наиболее результативны и чаще приводят к реальным поездкам иностранного гражданина на лечение. Из-за ограничений, вызванных распространением коронавирусной инфекции, поездки врачей ограничены. В связи с этим эффективным средством презентации вашего медицинского центра остается онлайн-презентация, ориентированная на профессиональное медицинское сообщество из-за рубежа. Часто потенциальных партнеров-агентов можно найти в профильных группах социальных сетей, представляющих собой онлайн-объединения медицинских специалистов. На работу с врачебным сообществом может выделяться отдельный специалист коммерческого отдела.

Совет № 5 Пошаговый план

Шаг 1

Уточните о наличии актуальных программ международного сотрудничества между вашей медицинской организацией и зарубежной клиникой-партнером.

Шаг 2

Сформируйте список из групп в социальных сетях, аудиторией которых являются врачи нужной вам специализации.

Совет № 5 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 3

Подготовьте сценарий проведения презентационного вебинара для врачей, которых может заинтересовать сотрудничество с вашим медицинским центром.

Шаг 4

Подготовьте электронную версию буклета (презентации) по сотрудничеству, ориентированного на зарубежных врачей.

Совет № 6

Получите запросы от зарубежных благотворительных фондов



Срок реализации: 25 дней

Мед.организациям: частным и государственным

Опыт в мед.туризме: средний

Ответственные: руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческий), координатор по работе с иностранными (иногородними) пациентами.

Сбор средств на лечение или реабилитацию - это практика не только российских благотворительных фондов, но и их зарубежных коллег. Общеизвестно, что цель благотворительных фондов, специализирующихся на лечении - это помощь максимальному числу пациентов, обратившихся за помощью в фонд. Поскольку сбор средств на лечение в форме пожертвований - трудоемкий процесс, задача фонда - максимально эффективно распорядиться собранными средствами. Это означает, что фонды находятся в постоянном поиске клиник-партнеров, которые при идентичном уровне качества медицинской помощи способны оказать медицинские услуги дешевле, чтобы дать возможность фонду организовать лечение не одному, а, например, двум пациентам.

В течение продолжительного времени медицинские организации не проявляли должного интереса к фондам, как стабильным источникам привлечения иностранных пациентов, услуги которым оплачивает третья сторона.

Между тем, российское здравоохранение имеет неоспоримое ценовое преимущество перед другими странами-реципиентами иностранных медицинских туристов. Также в России развивается как национальная, так и международная системы менеджмента качества.

В штате благотворительного фонда, как правило, имеется медицинский директор, который и отвечает за партнерский портфель медицинских организаций из разных стран. Работа с фондами - это возможность получать поток иностранных пациентов с гарантией оплаты медицинской помощи третьей стороной. Одновременно с этим фонды являются сторонниками строгой документальной отчетности по ходу лечения пациента, поскольку открыто отчитываются перед донаторами (жертвователями средств в фонд). Таким образом фонд ожидает оперативной, полной и достоверной информации как о ходе лечения пациента, так и о финансовой стороне этого лечения. Такой подход требует подписания большего количества документов, в соответствии с которыми пациент соглашается с передачей информации о состоянии его здоровья третьей стороне.

Совет № 6 Пошаговый план

Шаг 1

Выясните, имеются ли в вашей медицинской организации подписанные соглашения о сотрудничестве с зарубежными благотворительными фондами.

Шаг 2

Составьте перечень зарубежных благотворительных фондов, специализирующихся на нозологиях, которые являются экспортно-ориентированными в вашей медицинской организации.

Шаг 3

Подготовьте письмо-предложение о сотрудничестве и презентацию вашей медицинской организации на английском языке.

Совет № 6 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 4

Назначьте время онлайн-встречи с представителями фонда для ответов на возникающие вопросы.

Шаг 5

Запросите у фонда форму договора и согласуйте ее с юридической службой вашей медицинской организации.

Шаг 6

Запросите у фонда для проведения необходимых расчетов медицинские кейсы пациентов, по которым открыт сбор средств на лечение.

Совет № 7

Получите запросы из тематических медицинских форумов



Срок реализации: 10 дней

Мед.организациям: частным и государственным

Опыт в мед.туризме: новички

Ответственные: координатор по работе с иностранными (иногородними) пациентами

Медицинский туризм в восприятии пациентов - это зачастую сложная сфера, которая связана с большим числом рисков. Такое восприятие лечения за рубежом подталкивает пациентов искать информацию среди тех, кто уже имеет позитивный или негативный опыт лечения за рубежом.

Желание пациентов общаться между собой, чтобы получать достоверную информацию о странах, медицинских центрах, врачах и методах лечения сформировало в сети Интернет большое количество тематических форумов. Это коснулось не только русскоязычного интернета, но тех стран, которые считаются странами-донорами иностранных пациентов. Активными участниками таких форумов уже много лет остаются представители агентств медицинского туризма Израиля и Германии.

Международная маркетинговая стратегия некоторых медицинских организаций всецело ориентирована на привлечение иностранных пациентов-участников форумов по медицине и медицинскому туризму. Примером тому может служить одна из клиник репродуктивного здоровья из Сеула (Южная Корея).

Координатор клиники самостоятельно вела ветки форума по экстракорпоральному оплодотворению на русском языке, активно участвовала в обсуждении данной темы в других ветках форума. В результате этой системной работы южнокорейская клиника целенаправленно получила поток семейных пар из городов Дальнего Востока.

Работа с форумами и вовлеченность координатора вашей медицинской организации может составить от 1 часа (тема – репродуктологи) до 3 часов в день (онкология).

Аудитория, обсуждающая лечение за рубежом, считается более зрелой и заинтересованной, поэтому форумы по-прежнему рассматриваются как перспективный и бесплатный канал привлечения иностранных пациентов. Зарубежные англоязычные форумы по данной теме переполнены предложениями от многочисленных и разнообразных посредников из Индии, поэтому предложения из европейских стран пользуются интересом.

Совет № 7 Пошаговый план

Шаг 1

Подготовьте подборку форумов, тематически интересных для развития темы медицинского туризма и лечения иностранных пациентов в вашей медицинской организации. Обсуждения могут проходить как в отдельных ветках на крупных форумах, так и в тематических группах популярных социальных сетей.

Шаг 2

Подготовьте типовые ответы (комментарии, предложения и т.п.), которыми вы можете пользоваться, чтобы сократить время на написание однотипных текстов. Переведите заготовленные тексты на английский язык, если среди интересных вам форумов встречаются международные.

Совет № 7 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 3

Зарегистрируйтесь на форумах, используя не рабочую электронную почту вашей медицинской организации.

Шаг 4

Изучите политику правила публикаций в форуме, установленные администратором.

Совет №8

Получите запросы через собственную клиентскую базу



Срок реализации: 16 дней

Мед.организациям: частным и государственным

Опыт в мед.туризме: средний

Ответственные: руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческий), координатор по работе с иностранными (иностранцами) пациентами, специалист отдела по связям с общественностью

Главными «промоутерами» медицинской организации зачастую бывают сами иностранные пациенты, которые после получения плановой медицинской помощи вернулись обратно на родину. Если считать, что окружение человека - это люди со схожим уровнем дохода и условиями жизни, то довольный медицинский турист через рассказ о своем позитивном опыте лечения за рубежом формирует лояльность к стране и конкретной медицинской организации у своего окружения. Концентрация внимания на позитивном опыте иностранного пациента как стратегия развития медицинского туризма особенно оправдана в отношении стран Закавказья и Средней Азии, где преобладают крупные семьи и распространена взаимопомощь среди родственников.

Во-первых, пациенту может быть направлено электронное письмо от имени главного врача медицинской организации, в котором он благодарит за выбор его медицинской организации для лечения. Как правило, в таком письме присутствует ссылка на прохождение опроса по степени удовлетворенности. Также пациенту предлагается подписаться на официальные страницы клиники в социальных сетях. Таким образом он будет в курсе новостей, которые, возможно, будут полезны для его родственников, коллег или знакомых. Также адрес электронной почты пациента с его согласия включается в базу для информационных рассылок. Таким образом база иностранных пациентов, которую формирует медицинская организация, становится источником новых лояльных медицинских туристов.

Так например, в Казахстане при выборе зарубежной клиники в большей степени принимается во внимание то, где проходил лечение дальний родственник, чем другим источникам информации. Поэтому постлечебному взаимодействию с иностранным пациентом традиционно обращается большое внимание.

Некоторые частные медицинские центры имеют программу кэш-бэка, когда в среднем 3% от суммы, потраченной пациентом на медицинские услуги в клинике, возвращаются кэш-бэком на виртуальный счет пациента. Эти деньги нельзя обналичить, но можно ими рассчитаться за услуги самому пациенту или любому лицу, которому этот бонус будет передан.

Совет № 8 Пошаговый план

Шаг 1

Проведите ревизию программы постлечебного сопровождения / поддержки иностранных пациентов. Как правило, такая программа охватывает медицинский мониторинг и коммуникационную стратегию.

Шаг 2

Сделайте выгрузку информации по пролеченным пациентам из вашей медицинской информационной системы и оцените, имеется ли контактная информация по иностранным пациентам.

Совет № 8 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 3

Удостоверьтесь, что в пакете документов, которые подписывает иностранный пациент, содержится текст соглашения на отправку сообщений информационного характера на адрес его электронной почты.

Шаг 4

Утвердите стратегию постлечебной коммуникации с иностранными пациентами.

Совет № 9

Получите запросы от туроператоров по въездному туризму



Срок реализации: 20 дней

Мед.организациям: частным

Опыт в мед.туризме: новички

Ответственные: руководитель отдела внебюджетной деятельности (коммерческого), координатор по работе с иностранными (иногородними) пациентами.

На раннем этапе развития въездного медицинского туризма медицинской организации целесообразнее сконцентрироваться на работе с небольшим числом стратегических партнеров по привлечению иностранных пациентов, чем формировать мультиканальную модель привлечения медицинских туристов. Стратегическим партнером медицинского центра может стать российский туроператор по въездному туризму. Крупных туроператоров по въездному медицинскому туризму немного, но имеющимся удастся привлечь в Россию тысячи иностранцев. Поскольку ограничения, которые создала пандемия, ограничили трансграничные поездки туристов, туроператоры стремятся диверсифицировать свою деятельность и найти применение выстроенной ими за рубежом инфраструктуре по привлечению иностранцев в Россию. За последние 10 лет туроператоры предпринимали несколько попыток выхода на рынок медицинского туризма, что не увенчалось успехом.

Главными причинами этого были ориентация на зарубежные клиники (направление россиян на диагностику, лечение и реабилитацию за границу), отсутствие поддержки со стороны российских медицинских организаций и знания принципов формирования «продуктов» и привлекательных предложений в сфере медицинского туризма.

Сегодня партнерство между медицинскими организациями и туроператорами имеет большую перспективу по развитию «Туризм и индустрия гостеприимства», который призван поддержать проекты по всесезонным видам туризма. Формат сотрудничества с туроператорами действенен, если оператор готов взять на себя маркетинг с опорой на материалы, подготовленные медицинской организацией. При этом взаимодействие заинтересованных пациентов происходит непосредственно с сотрудниками медицинской организации.

Совет № 9 Пошаговый план

Шаг 1

Запросите в комитете по медицинскому туризму Российского Союза туриндустрии информацию о туроператорах, работающих на привлечение иностранных туристов в Россию.

Шаг 2

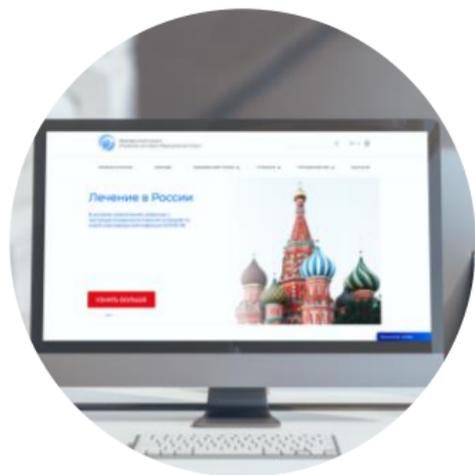
Подготовьте несколько пакетных предложений на русском и английском языках. Например, по пакетной диагностике. Также силами службы связей с общественностью подготовьте материалы для последующей электронной рассылки по базе туроператора.

Шаг 3

Утвердите алгоритм работы с запросами по линии совместной промоактивности с туроператором.

Совет №10

Получите запросы с портала по медицинскому туризму Минздрава России RussiaMedTravel.ru



Срок реализации: 18 дней

Мед.организациям: частным и государственным

Опыт в мед.туризме: средний

Ответственные: руководитель отдела
внебюджетной деятельности (коммерческий)

Российская Федерация входит в число немногих стран мира, где правительство оказывает поддержку по развитию въездного медицинского туризма. Координирующим центром Минздрава России по реализации федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» в рамках развития коммуникационной кампании по информированию иностранных граждан о возможностях отечественного здравоохранения создан портал по медицинскому туризму России RussiaMedTravel.ru. Портал представляет собой каталог российских медицинских организаций различной формы собственности, которые сгруппированы по региону, а также по медицинским нозологиям. Портал активно дорабатывается техническими специалистами. Первая очередь доработок включила в себя: личный кабинет пользователя, календарь доступности услуг, реестр медицинских услуг, реестр медицинского персонала, систему бронирования, реестр дополнительных услуг.

Вторая очередь доработок включает разработку следующего функционала: система ценообразования, геоинформационная система местоположения организаций, аналитическая система и система лояльности. Условия размещения на портале периодически претерпевают изменения, однако в любом случае размещение на портале бесплатно. В связи с увеличением ежемесячного трафика на портале постоянно увеличивается количество обращений иностранных граждан. Курируют развитие портала специалисты Координирующего центра Минздрава России. Размещение на портале RussiaMedTravel - это «единое окно выхода» для медицинской организации на зарубежный русскоязычный рынок. Поскольку въезд в Российскую Федерацию открыт для иностранных граждан, намеревающихся получить медицинскую помощь на территории России, необходимо иметь алгоритм отсеивания тех иностранных граждан, которые планируют въезд в Россию под видом медицинских туристов.

Совет № 10 Пошаговый план

Шаг 1

Запросите в Координирующем центре Минздрава России условия размещения на портале RussiaMedTravel.

Шаг 2

Подготовьте оригинальные (уникальный с точки зрения SEO) тексты на русском и английском языках, а также уникальные качественные фотографии медицинской организации.

Шаг 3

Выделите отдельный адрес электронной почты для получения запросов с портала RussiaMedTravel.

Совет № 10 Пошаговый план (продолжение)

Шаг 4

Утвердите алгоритм проверки иностранного гражданина на предмет истинных целей въезда на территорию Российской Федерации.

Шаг 5

Утвердите алгоритм работы с запросами от иностранных граждан, полученных через портал RussiaMedTravel

Составители серии «Серия: 10 советов по организации медицинского туризма»



Шепель Руслан Николаевич,
Заместитель директора ФГБУ «НМИЦ ТПМ»
Минздрава России, к.м.н.



Безубенко Ольга Ивановна,
Руководитель отдела медицинского туризма
ФГБУ «НМИЦ ТПМ» Минздрава России.



Чернышев Евгений Владимирович,
Президент Ассоциации медицинского
туризма и экспорта медицинских услуг.



Другие издания серии



ФГБУ «НМИЦ ТПМ» Минздрава России

Наши контакты:



Москва, Петроверигский пер.,
д.10, стр. 3



+7 (495) 212-07-13



www.gnicpm.ru



vk.com/gnicpmru



t.me/fgbunmictpm