



Чек-лист по работе с агентами медицинского туризма для медицинской организации (МО)

Информационная поддержка



Наличие информации о медицинской организации для агентств медицинского туризма (буклеты, презентации)

Основа для начала сотрудничества между медицинской организацией и агентством медицинского туризма - представление развернутой информации. Содержание буклетов и презентаций, ориентированных для агентств медицинского туризма, будет отличаться от информации, которая готовится для пациентов.



Наличие видео-экскурсии по медицинской организации

Наилучший способ установить долгосрочные партнерские отношения с агентством - пригласить представителей агентства лично посетить медицинскую организацию, познакомиться с отделением, технологиями, врачами и маршрутизацией медицинских туристов. Чтобы избежать затрат на организацию подобных мероприятий можно рассмотреть возможность проведения дистанционной видео-экскурсии в режиме реального времени (не в записи) для одного агентства или группы агентств.



Наличие новостной рассылки для агентств по кейсам и технологиям

Новостная рассылка с обзором кейсов пациентов и технологий лечения - один из лучших инструментов удержания партнеров (агентов) в информационном поле медицинской организации. Ежемесячная/ежеквартальная новостная рассылка партнерам - это давняя практика медицинских организаций из Республики Корея, Испании, Турции, Израиля и Индии.



Проводится сбор обратной связи по удовлетворенности агентства по работе с медицинской организацией

Агентство медицинского туризма является надежным источником привлечения медицинских туристов. С целью эффективной работы с таким каналом привлечения иностранных пациентов, как ассистанский сегмент, целесообразно проведение опросов по уровню удовлетворенности агентства работой с медицинской организацией. Не реже 1 раза в год рекомендуется направлять агентствам ссылку на прохождение опроса по удовлетворенности, который бы включал пункты, связанные со скоростью ответа на запросы, удобством работы с международным отделом медицинской организации, готовностью сотрудников оказать информационную поддержку или предоставить запрашиваемые промо-материалы.



Проводятся образовательные мероприятия (в том числе онлайн) для агентств медицинского туризма

Чем лучше менеджер по медицинскому туризму знает медицинскую организацию, а также информацию организационного плана, тем легче менеджеру рекомендовать медицинскому туристу именно вашу медицинскую организацию. Регулярные обучающие вебинары помогают агентам лучше узнать медицинскую организацию и быть готовыми ответить на самые разные вопросы медицинского туриста по предстоящей поездке.



Наличие обзорного документа по ближайшим к медицинской организации отелям

Поскольку работа агентства медицинского туризма сопряжена в том числе с организацией немедицинской составляющей (проживание, транспортировка и т.д.), ценной является подготовленная информация о коллективных средствах размещения (отелях), находящихся в 10-15-минутной транспортной доступности до медицинской организации.



Наличие обзорной карты ключевой инфраструктуры вокруг медицинской организации

В ряде случаев получение медицинских услуг иностранным пациентом требует от него среднего или длительного срока пребывания в городе дислокации медицинской организации. В этом случае для пациента становится актуальной информация об остановках общественного транспорта, крупных универсамах или отделениях банков.



Наличие списка организаций, предоставляющих трансфер для иностранных пациентов

В подавляющем числе случаев иностранный пациент по прибытии в город назначения нуждается в услуге трансфера до места проживания (отеля) или сразу до медицинской организации. И поскольку медицинский турист - в большей степени пациент, чем турист, то предпочитает решить вопрос трансфера через менеджера агентства медицинского туризма заранее.

Передвижение



Подготовлена информация о медицинской организации для публикации на сайте агентства медицинского туризма

Агентства медицинского туризма охотно будет размещать информацию о новом партнере в лице медицинской организации на своем веб-сайта. Для этих целей целесообразно подготовить стандартный выверенный текст объемом не менее 2000 знаков, чтобы избежать рецензирования информации, подготовленной самим агентством.



Подготовлена информация о медицинской организации + иллюстрирующие фотографии для публикации в соцсетях агентства медицинского туризма

Важным каналом распространения информации о медицинской организации остаются социальные медиа. Страницы социальных сетей агентства медицинского туризма могут иметь до нескольких тысяч подписчиков. Заранее подготовленная медицинской организацией картинка и текстовый пост для публикации помогут агентствам охотней размещать информацию о Вашей медицинской организации у себя в аккаунтах.



Кастомизация промо-материалов под логотипы партнеров

Многие медицинские организации, которые выбрали агентский сегмент в качестве ключевого канала привлечения медицинских туристов при подготовке промо-материалов внедряют свободное поле для кастомизации, то есть место на макете под логотип или контактную информацию агентства-партнера.



На сайте медицинской организации выделенная отдельная страница «ПАРТНЕРЫ» для размещения информации об агентствах медицинского туризма

На веб-странице медицинской организации, посвященной медицинскому туризму, нередко можно встретить перечень официальных агентств-партнеров, местонахождение их головных офисов и контактные данные.



Подготовлено приветственное слово руководителя международного отдела (отдела медицинского туризма или структурного подразделения, занимающегося организацией оказания медицинских услуг иностранным гражданам)

В развитии своего бизнеса агентства медицинского туризма агентства медицинского туризма стремятся нивелировать свои риски. Один из них - это негативное отношение медицинских туристов к посредникам. Поэтому наличие позитивного комментария или рекомендации агентства со стороны руководителя медицинской организации или международного отдела медицинской организации является предметом гордости и публикуется агентами на странице веб-сайта, посвященного Вашей медицинской организации.



Присвоение статуса официального представителя/ партнера

Важным мотивационным фактором для агентства является статус, который может присвоить ему медицинская организация, например - официальный партнер или представитель, если речь идет о агентстве медицинского туризма, работающим за рубежом на направление пациентов в Вашу клинику.

Условия



Наличие комиссии от 5% для агентств медицинского туризма от общего счета за оказание медицинских услуг иностранному пациенту, направленному агентством

Важным условием работы с медицинской организацией со стороны агентств медицинского туризма является комиссионное вознаграждение. Для стационаров оно может стартовать от 5%, для амбулаторий - от 7%, поскольку средний чек в стационаре выше и может компенсировать невысокий процент комиссии.



Наличие прогрессивной шкалы комиссионных для агентств медицинского туризма за направленных иностранных пациентов

В агентском договоре целесообразно рассмотреть не фиксированный процент комиссионного вознаграждения, а прогрессивный, то есть увеличиваются пропорционально количеству направленных в медицинскую организацию пациентов за отчетный период.



Наличие порядка закрепления пациента за агентством медицинского туризма

Важным пунктом агентского соглашения является четкие регламент закрепления пациента за агентством, поскольку нередки случаи, когда пациент обращается в несколько агентств медицинского туризма, которые направляют в одну медицинскую организацию два или более запроса по одному пациенту.



Отсрочка платежа по комиссии не позднее 20 дней вслед за месяцем завершения медицинских услуг

Целесообразно прописать в агентском договоре сроки получения агентского вознаграждения. Традиционно в медицинском туризме это принято считать 10-20 дней месяца, следующего за отчетным.



Определена база для расчета комиссионного вознаграждения агентству медицинского туризма

Важным вопросом является четкое определение в агентском договоре базы для расчета комиссионного вознаграждения. Размер комиссии может рассчитываться от полного объема затрат пациента на медицинские услуги. Другой вариант, когда из полной суммы затрат отнимаются расходы на медицинские изделия (например, протезы) и лекарственную терапию, поскольку на данные категории медицинская организация не делает наценку, а значит не может выплачивать с этих сумм комиссионное вознаграждение.

