



Целевая аудитория: врачи

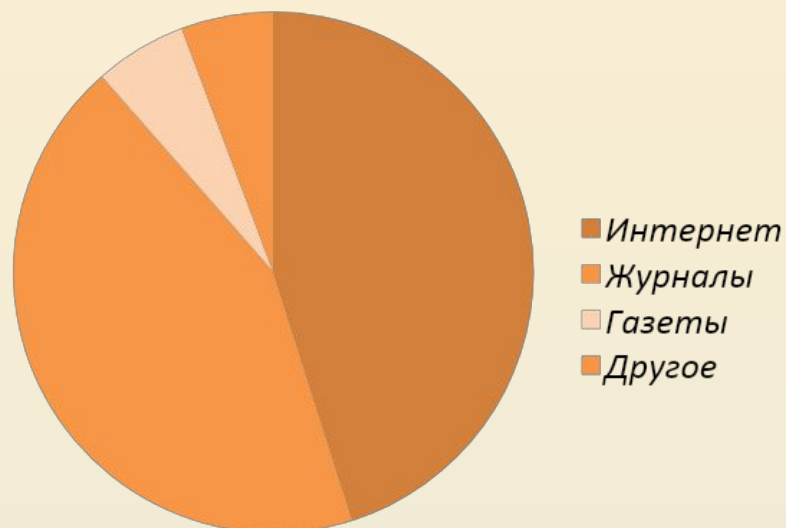


Опрошено 73 человека

Врачи



Каким источникам Вы доверяете при поиске той или иной профессиональной информации?



***Другое:**

Врачебные конференции, круглые столы, медицинские представители, научное руководство, рекомендации, научные статьи, книги

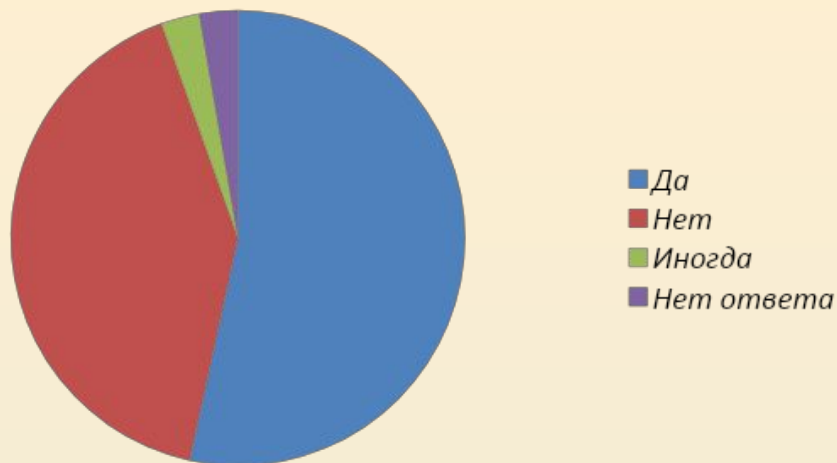
Пользуетесь ли Вы сайтом лаборатории Диалайн?



Актуальная информация для пользователей:

- **Цены 3**
- **Наличие/виды анализов 3**
- **Новинки 1**
- **Открытие новых отделений 1**

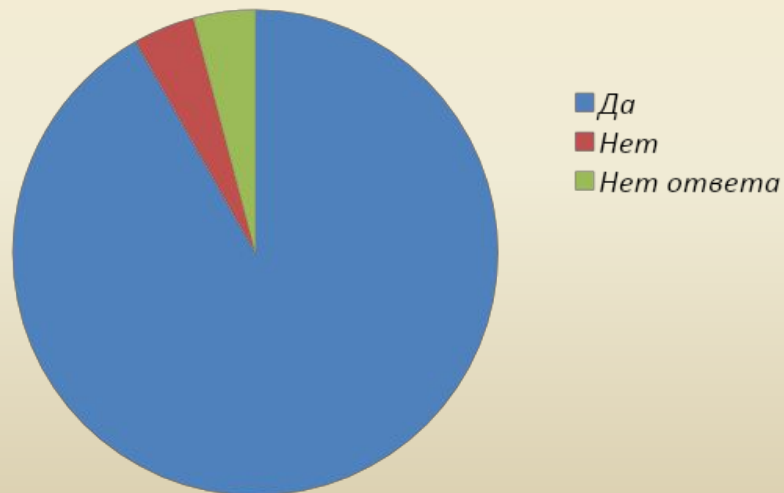
Узнаете ли Вы цены заранее?



Узнаете ли Вы заранее адреса лабораторий, близких к месту проживания пациента?



Знаете ли Вы, что лабораторные центры Диалайн находятся в каждом районе города?



Позитивные моменты

• Месторасположение	31
• Скорость обслуживания	27
• Точность	22
• Качество	19
• Вознаграждение	8
• Наличие скидок	7
• Репутация/известность	5
• Доступность	5
• Большой выбор анализов	2
• Консультации специалистов	2
• Визиты представителей	2
• Горячая линия	1
• Улучшилось качество	1
• Доброжелательность	1
• Есть копии	1

Негативные моменты

• Ложные результаты	7
• Высокие цены	5
• Неудобное месторасположение	4
• Нет удобного прайса/прайса для узких специалистов	2
• Недостаток информации	2
• Нет материальной мотивации	2
• Нужно скрывать от руководителя ЛПУ	1
• Не было представителя	1
• Редкие визиты (потеря связи)	1
• Нет обратной связи	1
• Плохая консультация по горячей линии	1
• Плохая работа ресепшн	1
• Нет накопительных скидок до 20%	

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ: ВРАЧИ

- Врачи обращают внимание на месторасположение, скорость получения анализов, точность результатов, вознаграждение, а также цены.
- Данная ЦА озабочена качеством получаемых результатов (7 человек отметило озабоченность получением *ЛОЖНЫХ результатов*)
- Большинство врачей знает, что лаборатория находится в каждом районе.
- Данная ЦА практически не пользуется сайтом. Получает информацию из интернета и мед журналов (не уточняя конкретные источники)

Большинство врачей довольны взаимодействием с лабораторией, отмечают качество, точность результатов. Все они отмечают необходимость более фокусного общения с представителями.

Отмечают важность наличия скидки для персонала и акции для пациентов.

Информацию врачи получают в интернете и мед прессе (не уточняют в какой)

Маркетинговые рекомендации: врачи

Ключевые факторы успеха Диалайн при работе с врачами и рекомендации:

- **Высокий уровень образования медицинских представителей** . Необходимо постоянное, регулярное обучение МП, повышение их профессионального уровня.
- **Регулярное взаимодействие мед представителей с врачами**. Необходимо установить частоту визитов к ключевым клиентам и контролировать ее исполнение.
- **Эффективная коммуникация МП с врачами в течении визитов**. Необходимо контролировать грамотное соблюдение структуры визита медицинскими представителями, снятие возражений о недостоверности результатов и цене, эффективное осуществлени целом.



Позиционирование

- Кому: эффективным в своей профессии врачам, ищущим нововведения и дорожащим своими пациентами. Настроенными на получение результата вместе с пациентом.
- Почему: потому что, Диалайн надежный партнер, который помогает быть успешным в профессии и достигать результатов вместе с пациентом.

Пациенты муниципальных медицинских учреждений



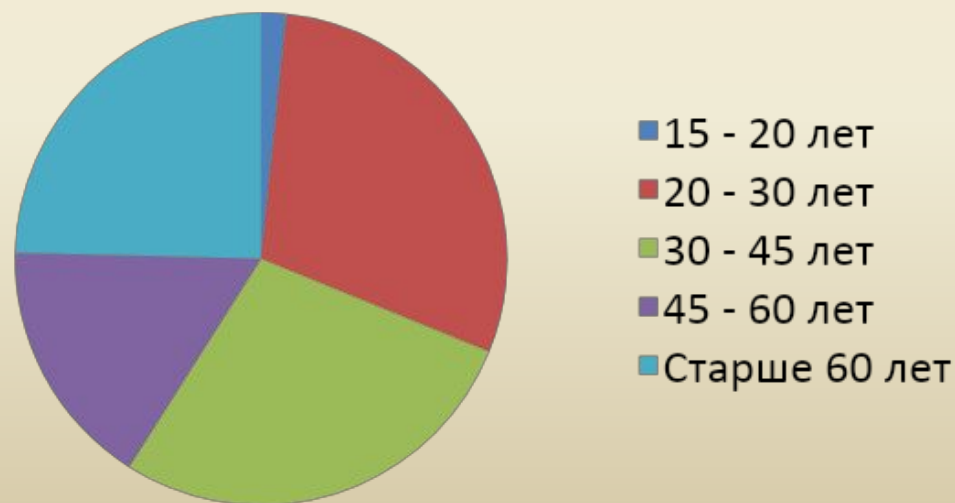
Пациенты муниципальных медицинских учреждений

Пол

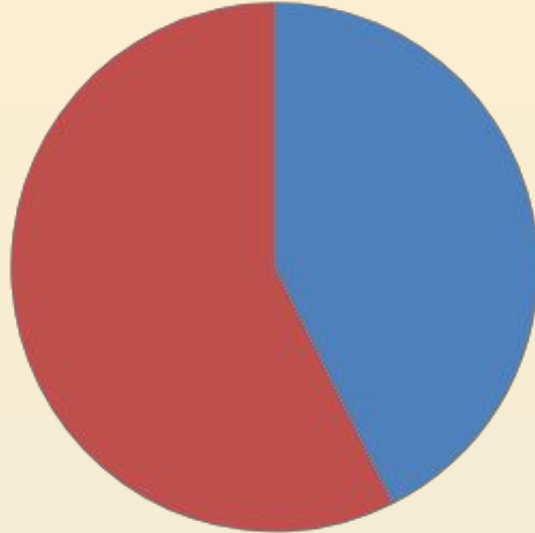


Опрошен 61 человек

Возраст



Являетесь ли Вы постоянным клиентом какой-либо лаборатории?



Оценка общего впечатления **8,1**

■ Да ■ Нет

Узнаете ли вы цены заранее?



Пациенты ММУ

Постоянным клиентом какой лаборатории Вы являетесь?

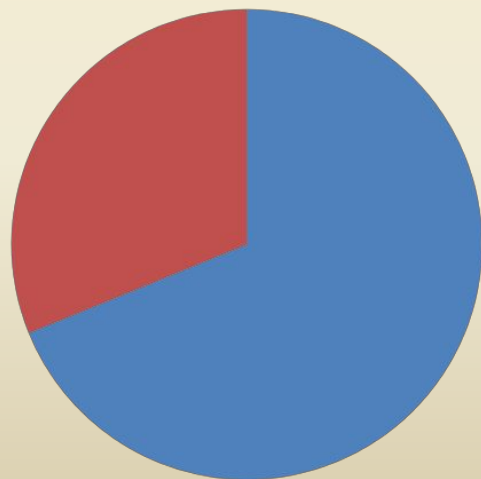


Кто влияет на Ваше решение о сдаче анализов?



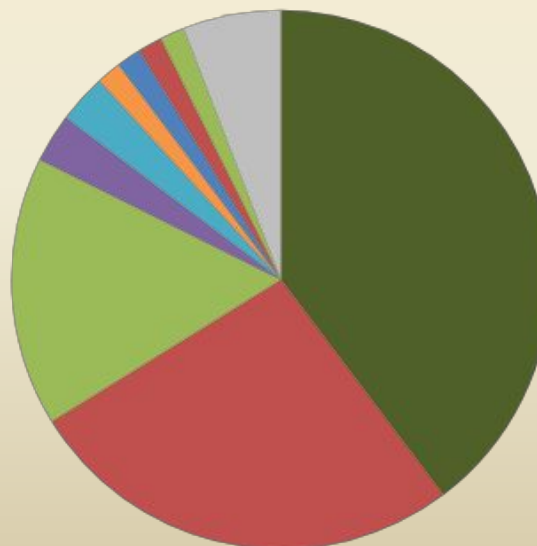
- Только по назначению врача
- Самостоятельное решение
- Когда как

Знаете ли Вы, какие лаборатории находятся рядом с Вашим домом?



- Да
- Нет

Откуда Вы получаете информацию о мед. учреждениях нашего города?



- от врача
- интернет
- друзья/знакомые/работа
- самостоятельно
- телевизор
- газета
- реклама
- радио
- брошюры
- з/о

* О том, что Диалайн находится рядом с домом знают 27 человек

Позитивные моменты

• Бесплатно	21
• Качественно	21
• Быстро	18
• Вежливость	14
• Чистота	12
• Близко	8
• Хорошее обслуживание	5
• Профессионализм	3
• Надежно	2
• По направлению	2
• Прием каждый день	1
• Удобно	1

Негативные моменты

• Большие очереди	27
• Плохое отношение	8
• Долго ждать результатов	6
• Медленное обслуживание	6
• Неудобные часы приема	4
• Неудобное месторасположение	4
• По талонам	4
• Не все анализы	2
• Нервы	2

Основные выводы: пациенты муниципальных ЛПУ

- Пациенты муниципальных учреждений *знают*, что лаборатория Диалайн находится рядом.
- Сдают анализы, преимущественно, по указанию врача.
- Информацию они предпочитают получать от врача, через интернет и через знакомых.
- Большинство ЦА подчеркивают, что данная услуга бесплатна и качественна, поэтому не готовы от нее отказываться.
- Как негативный фактор, они отмечают: огромные очереди, медленное обслуживание, плохое отношение к пациентам, неудобные часы работы, неудобное месторасположение.
- Но, несмотря на хамство и скорость обслуживания, это бесплатно. **Не готовы менять «бесплатно» на «комфорт»**
- Что может мотивировать данную ЦА: очень большие скидки, бонусы, рекомендация врача.

Пациенты муниципальных поликлиник отмечают негативные стороны, однако не готовы платить за услуги.

Маркетинговые рекомендации: пациенты муниципальных ЛПУ

Основными факторами, влияющими на решение данной целевой аудитории являются прежде всего **ЦЕНА**.

Необходимо отметить, что данная целевая аудитория не является потенциально интересной для коммерческих услуг, предоставляемых лабораторией. Т.к. эти люди осознавая все неудобства муниципальной медицины (указано на пр. слайде), готовы терпеть все это и дальше по причине «бесплатно». С точки зрения маркетинговой теории, они находятся в самом верху воронки продаж и на их привлечение уйдет очень много ресурсов, а результат будет не существенным.

Однако, если все же говорить о том, что может повлиять на их решение и привлечь их к работе с Диалайн, то это 2 фактора:

1. Очень существенный дисконт
2. Фокусная работа с врачами данных ЛПУ



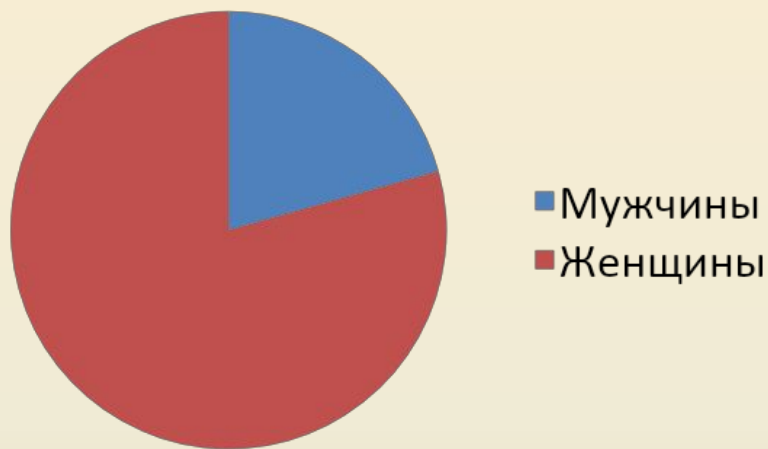
Пациенты лаборатории Диалайн



Пациенты лаборатории Диалайн

Опрошено 63 человека

Пол



Средний возраст – 30-45 лет



Опрошено 63 человека

Кто влияет на Ваше решение о сдаче анализов?



- Самостоятельное решение
- Только по назначению врача
- Когда как

Знаете ли Вы, что лабораторные центры Диалайн есть в каждом районе?



Пациенты Диалайна

Узнаете ли вы ли Вы цены заранее?

Да, в регистратуре/ по телефону – 23	Нет – 29
На сайте/ в интернете – 11	
От знакомых – 1	

Пользуетесь ли Вы сайтом лаборатории Диалайн?



Из каких источников Вы бы хотели узнавать о новых услугах лаборатории?	
В интернете/на сайте	35
По телевизору	8
От врача/на месте	4
По СМС	3
Газета	3
Реклама	3
По телефону	1
Приложение для телефона	1
Не из каких	9

Основные выводы: пациенты лаборатории Диалайн

- В целом, все пациенты довольны качеством предоставлДмых услуг и отмечают высокую скорость обслуживания, доброжелательность персонала, квалифицированность специалистов, близость и удобство месторасположения, хорошее оснащение, комфорт и отсутствие очередей.
В то же время *10 человек* отмечает высокий уровень цен как *негативный момент*.
- 80% *знают*, что лаборатория находится в каждом районе.
- Данная ЦА практически не заходит на сайт, а предпочитает получать информацию преимущественно по телефону. Хотя еще 7 человек узнают о месторасположении лабораторий через интернет. Пользователей сайта интересуют, в основном, *цены, услуги и акции*.
- *Несмотря на это, получать информацию об акциях пациенты хотят именно через интернет.*
- Дополнительные пожелания: снизить цены (5 человек), комплексная работа с врачами

Пациенты лаборатории Диалайн очень довольны уровнем предоставляемых услуг. Большинство пациентов сдают анализы по направлению врача, ОДНАКО, решение о том, где сдавать они могут принимать самостоятельно. Также они могут самостоятельно принять решение о дополнительных анализах (услугах). Большинство пациентов знают о том, что лаборатории находятся в каждом районе города. Информацию пациенты получают в интернете, в самой лаборатории, по телефону, от знакомых.

Пациенты отмечают большую важность для них наличие бонусных карт.

Маркетинговые рекомендации: пациенты лаборатории Диалайн

Данная целевая аудитория является самой важной с точки зрения эффективного, быстреешего продвижения лаборатории Диалайн и достижения и поддержания лидирующей доли рынка.

Ключевые факторы успеха для работы с данной ЦА:

поддержание уровня лояльности – создание, внедрение и развитие программ лояльности для постоянных клиентов

развитие их приверженности- контроль качества предоставляемого сервиса, предоставление дополнительных услуг (врачи –консультанты), акции, новинки.

образование данной ЦА- повышение знания ЦА. Для этого необходимо повысить эффективность работы сайта Диалайн, усилить рекламную поддержку, прежде всего в интернете, клиниках и в самой лаборатории

Позиционирование

- Кому: успешным, энергичным людям (пациентам), которые следят за собой, своим здоровьем, за здоровьем своей семьи, которые стараются уделять достаточно времени своей семье, себе. Им нужно быть в форме, быть здоровыми для того, что бы быть успешными на работе, востребованными и любимыми дома. Как правило у них ограничены временные ресурсы и очень важно качество и мнение окружающих.
- Почему: потому что, Диалайн это современная, удобная, надежная, инновационная лаборатория, которая может дать помощь в поддержании здоровья в кратчайшие сроки, очень качественно.

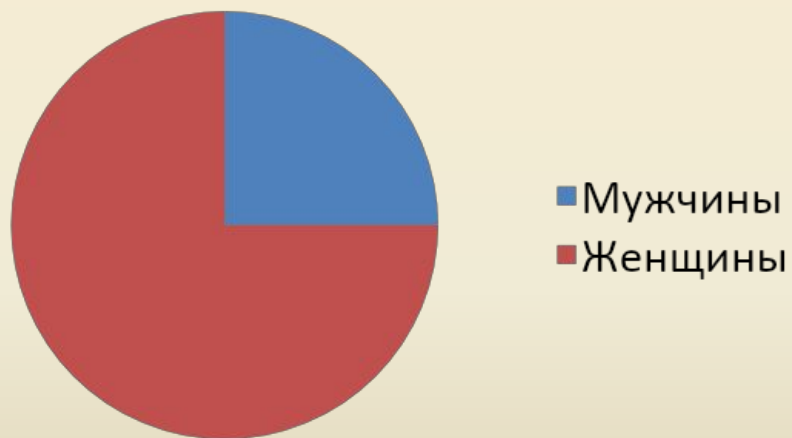
Пациенты с детьми



Пациенты с детьми

Опрошено 32 человека

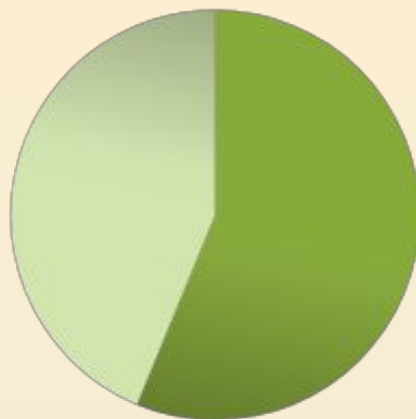
Пол



Средний возраст – 30-45 лет



Кто влияет на Ваше решение о сдаче анализов?



- Самостоятельное решение
- По рекомендации врача

Пользуетесь ли Вы сайтом лаборатории Диалайн?



Узнаете ли Вы цены

заранее?

Да, по телефону – 17

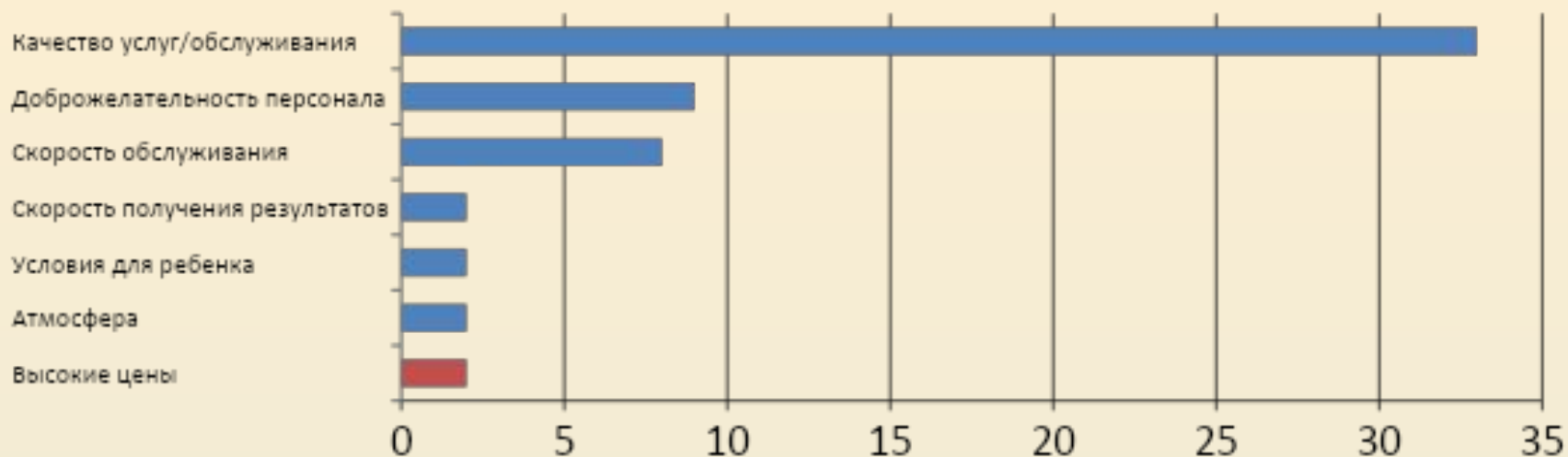
Нет – 7

На сайте – 3

В лаборатории – 3

От врача – 2

■ Позитивные моменты ■ Негативные моменты



*Знаете ли Вы, что лабораторные центры
есть в каждом районе?*



*Из каких источников Вы бы хотели
узнавать о новых услугах лаборатории?*

По телефону	13
По СМС	11
На сайте	5
В лаборатории	3
Электронная почта	1

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- В целом, пациенты довольны качеством услуг и отмечают высокое качество обслуживания и доброжелательное отношение со стороны персонала.
- Пациенты *не знают*, что лаборатория находится в каждом районе.
- Несмотря на то, что решение проводить тот или иной анализ пациенты принимают, чаще всего, сами, многие услышали о Диалайне от врачей.
- Информацию предпочитают узнавать по телефону, а не через сайт. Пользователи интернета отмечают, что сайт удобный.
- В качестве *дополнительных* пожеланий, респонденты назвали больше **детских** специалистов (6 человек) и снизить цены (5 человек)
- **В целом пациенты с детьми очень довольны услугами**

Пациенты с детьми лаборатории Диалайн очень довольны уровнем предоставляемых услуг!!! Все пациенты с детьми сдают анализы по направлению врача, ОДНАКО, решение о том, где сдавать они могут принимать самостоятельно. Также они могут самостоятельно принять решение о дополнительных анализах (услугах).

Маркетинговые рекомендации: пациенты лаборатории Диалайн с детьми (по аналогии с предыдущей ЦА)

Данная целевая аудитория является очень важной с точки зрения эффективного, быстреешего продвижения лаборатории Диалайн и достижения и поддержания лидирующей доли рынка. Они максимально лояльны к лаборатории на сегодняшний день.

Ключевые факторы успеха для работы с данной ЦА:

поддержание и усиление уровня лояльности – создание, внедрение и развитие программ лояльности для постоянных клиентов, возможно, особенные скидки для семейных обследований и т.д.

развитие их приверженности- контроль качества предоставляемого сервиса, предоставление дополнительных услуг (врачи –консультанты), акции, новинки. Все с фокусом на детскую ЦА.

образование данной ЦА- повышение знания ЦА. Для этого необходимо повысить эффективность работы сайта Диалайн, усилить рекламную поддержку, прежде всего в интернете, клиниках и в самой лаборатории

Позиционирование

- Кому: успешным, энергичным людям (пациентам) с детьми, которые следят за собой, своим здоровьем, здоровьем своей семьи, своих детей. Чувствуют себя ответственными за здоровье и будущее детей.
- Почему: потому что, Диалайн это современная, удобная, надежная, инновационная лаборатория, которая может дать помощь в поддержании здоровья пациентов и их детей и обеспечивает комфорт родителей, которые привели детей для сдачи анализов.

A rack of test tubes with a color gradient from pink to blue. The tubes are arranged in a grid and are slightly tilted. The text "Спасибо за внимание" is overlaid in the lower-left quadrant.

Спасибо за внимание

Приложение

- Фокус группы - пациенты
- Фокус группы - врачи

Фокус группа пациентов

- (Фокус группа пациентов полностью подтверждает данные, указанные в анкетах и их результаты включены в общие выводы).
- Пациенты осознают удобство лаборатории Диалайн по сравнению с муниципальными поликлиниками и лабораториями. Все они говорят о невозможности в настоящее время стоять в очереди.
- Они так же отмечают индивидуальный подход к пациентам в лабораториях Диалайн и важность этого момента.
- Вопрос о самостоятельном принятии решения интересен. Пациенты говорят о том, что если патология не очень важна для них (болит голова) и они не обратились с ней к врачу, то они все равно не знают какие анализы сдавать и сами не пойдут их сдавать. Однако!!! Если они уже пришли, то «расширить спектр услуг» они могут, взяв листовку домой, посоветовавшись с врачом или с близкими. Т.е. основная часть пациентов сдает анализы по назначению врача. Однако решение «где сдавать» они могут принимать самостоятельно.
- Большинство пациентов говорят о необходимости наличия врачей –консультантов. На вопрос о важности консультации врачей все ответили , что это очень важно, т.к., получая результаты на руки, им хотелось бы задать уточняющие вопросы и, возможно, получить какие-то рекомендации.
- Что касается описания анализов в рекламных материалах. Им хотелось бы понять в каком случае это нужно, почему, и с кем можно было бы проконсультироваться. «Что такое обследование сердца? Зачем оно нужно? Когда? и т.д.»
- По поводу дополнительных товаров мнения разошлись и никакой конкретики пациенты не высказали.
- Визуальные ассоциации: кружка горячего чая

Фокус группа врачей

- (Фокус группа врачей полностью подтверждают данные, указанные в анкетах и их результаты включены в общие выводы).
- Врачи отмечают удобство работы с Диалайн, качество результатов, удовлетворительные цены.
- Врачи ссылаются на положительную, позитивную репутацию Диалайн, отмечают, что Диалайн- одни из первых на рынке, проверенная лаборатория. «Надежный партнер, проверенный временем».
- Отмечают, что пациентам удобно посещать Диалайн.
- Врачи отмечают важность большого спектра предоставляемых анализов, это очень важно для сотрудничества.
- Все врачи отмечают важность работы медицинских представителей, получение от них информации. Безусловно, отмечают важность материальной мотивации.
- Большинство врачей отмечают необходимость более фокусного взаимодействия с ними со стороны лаборатории. Они отмечают, что лаборатория не достаточно учитывает их потребности.
- Визуальные ассоциации очень позитивные: смайлик, зеленое дерево с крупным стволом, цветок, радуга, солнышко.