

Wprowadzanie nowych usług w placówce medycznej, czyli jak sobie radzić na konkurencyjnym rynku i co zaoferować pacjentom

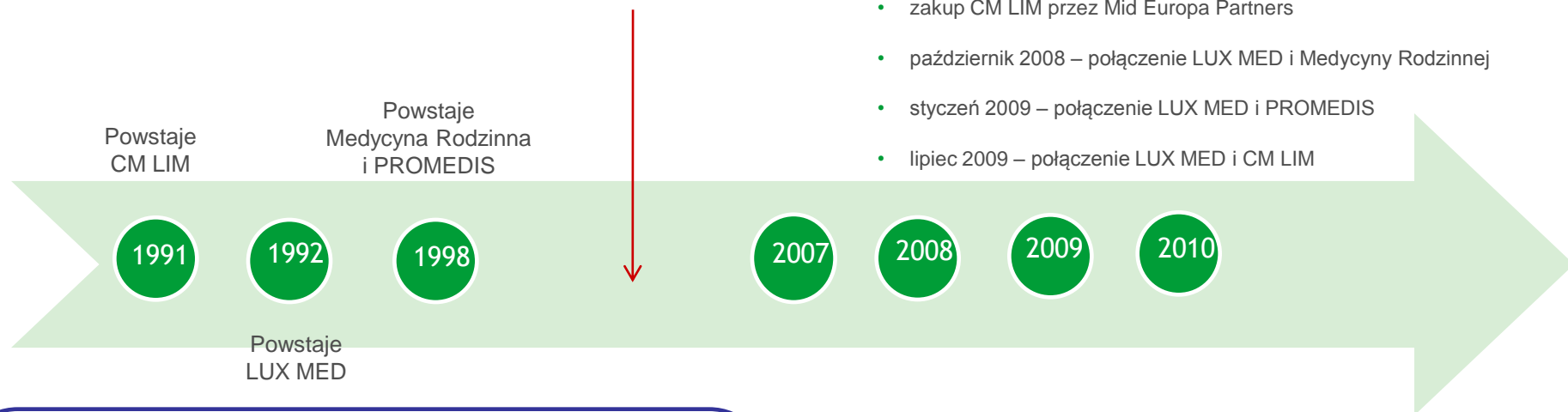
Marzena Kowalska,
Dyrektor Marketingu i Komunikacji Korporacyjnej, Grupa LUX MED

Warszawa, 23 września 2011r.

Najważniejsze zagadnienia

- Rozwój-wiedza-produkty
- Poznanie preferencji klientów
- Dobór narzędzi marketingowych
- Analiza skuteczności i efektywności
- O czym warto pamiętać

Od lokalnej przychodni do ogólnopolskiej sieci



MID EUROPA
PARTNERS

- instytucja typu private equity, istnieje od 1999 r.
- zarządza funduszami o kapitale 3,2 mld Euro
- zaangażowana w inwestycje w ponad 20 przedsiębiorstwach ulokowanych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej

- lipiec 2007 – zakup 100% akcji LUX MED i 96% akcji Medycyny Rodzinnej przez Mid Europa Partners,
- październik 2007 – powiązanie kapitałowe pomiędzy dwoma firmami medycznymi LUX MED i Medycyną Rodzinną, za pośrednictwem Mid Europa Partners
- sierpień 2008 – przejęcie PROMEDIS przez LUX MED
- zakup CM LIM przez Mid Europa Partners
- październik 2008 – połączenie LUX MED i Medycyny Rodzinnej
- styczeń 2009 – połączenie LUX MED i PROMEDIS
- lipiec 2009 – połączenie LUX MED i CM LIM

- styczeń 2010 – przejęcie 88% udziałów w spółce Tabita LUX MED, powołanej w celu prowadzenia Ośrodka Tabita
- kwiecień 2010 – uruchomienie dwóch placówek pod nową marką PROFEMED
- maj 2010 – rozbudowa i modernizacja Ośrodka Tabita
- **sierpień 2010 - uruchomienie Szpitala Grupy LUX MED w Warszawie**
- październik 2010 – rozpoczęcie integracji działalności w obszarze diagnostyki

Od lokalnej przychodni do ogólnopolskiej sieci

- kompleksowa opieka medyczna dla Klientów korporacyjnych i indywidualnych

- ponad milion pacjentów

- **72 placówki własne**, w tym:
 - 26 poradni LUX MED
 - 17 poradni Medycyny Rodzinnej
 - 17 poradni CM LIM
 - 10 poradni PROMEDIS
 - 2 poradnie PROFEMED

- **Szpital Grupy LUX MED**

- 24 przychodnie przyzakładowe

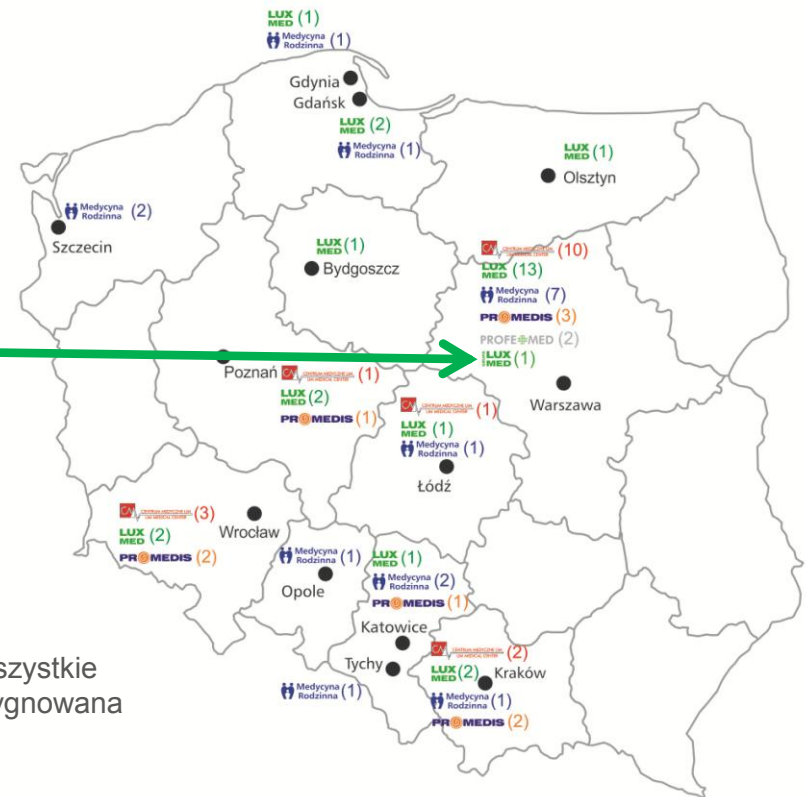
- Ośrodek Tabita

- **8000 pracowników**, w tym:
 - ponad 50 proc. stanowią lekarze
 - ponad 20 proc. pomocniczy personel medyczny

- **Zintegrowany system IT** - elektroniczna historia choroby obejmująca wszystkie specjalności, dostępna w placówkach Grupy; dokumentacja medyczna sygnowana elektronicznym podpisem.

- **Infrastruktura teleinformatyczna** - nowoczesna infrastruktura i oprogramowanie, 24/7 ogólnopolskie call-center, e-rezerwacja, Telefoniczna Informacja Medyczna,

- **Innowacje** – unikalne rozwiązania w ochronie zdrowia: e-podpis, e-oferta, e-rezerwacja



Szpital Grupy LUX MED – rezultat i konieczność

- pierwsze placówki – początek lat 90-tych
- rozwój sieci, ambulatoriów, diagnostyki, pomocy doraźnej i wyjazdowej
- pierwsze zaawansowane plany budowy szpitala w LUX MED – kilkanaście lat później
- nowy inwestor – nowe priorytety
- integracja – organizacyjna, operacyjna, formalno-prawna; rozbudowa sieci placówek, wprowadzenie zintegrowanego systemu informatycznego, rozwój narzędzi obsługowych
- oczekiwania klientów
- potencjał rynku



Szpital Grupy LUX MED – kumulacja doświadczeń

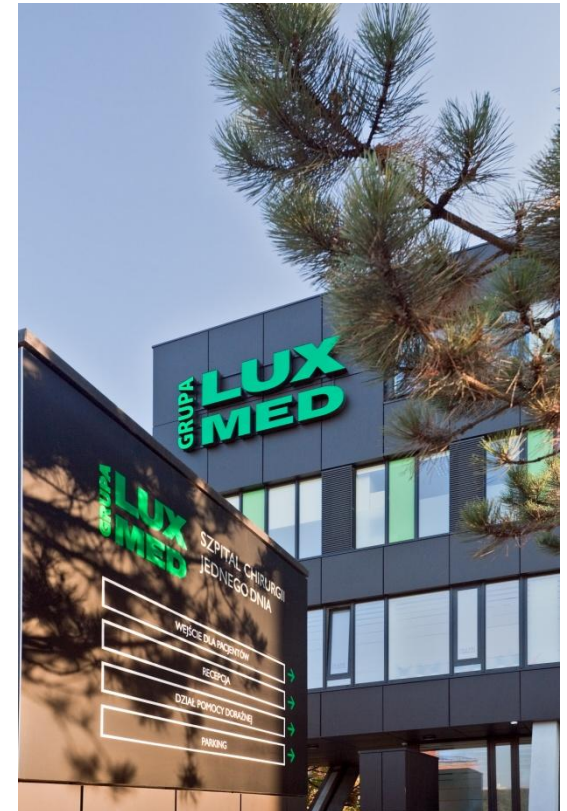
- Doświadczenie chirurgii jednego dnia w CM LIM
- Diagnostyka
 - LUX MED – właścicielem pierwszego prywatnego rezonansu magnetycznego w Polsce (a 3.-4. w Warszawie), pierwszego cyfrowego aparatu RTG w Polsce
 - aparaty RTG w Grupie są ucyfrowione i spięte w jedną sieć z centralną opisownią w Warszawie
 - Obecnie w szpitalu RTG dostępne 24/7, w przyszłości planowane podobne godziny funkcjonowania CT
- DPD – zaczęło się od Raławickiej ...
 - dyżury: internistyczne, pediatryczne, chirurgiczne i ortopedyczne
 - Szpital – uruchomienie DPD (dyżur chirurgiczny, ortopedyczny, okulistyczny)
 - Zaplecze dla dyżuru - diagnostyka obrazowa i laboratoryjna, zespół wyjazdowy

Źródła wiedzy o potrzebach pacjentów

- Szpital Grupy LUX MED – nowa „dojrzała” placówka, korzystająca z 20 lat doświadczeń
 - analiza przyczyn hospitalizacji w pakietach obejmujących hospitalizację
 - hospitalizacje koordynowane przez zespół hospitalizacyjny
 - analiza materiału zebranego przez zespół wyjazdowy (kogo i dokąd wożą)
 - analiza materiału zebranego przez zespół Działu Pomocy Doraźnej

Szpital Grupy LUX MED – najważniejsze fakty

- lokalizacja: Warszawa-Ursynów, ul. Puławska 455
- koncentracja na kliencie FFS
- klient abonamentowy – ograniczenie do pakietów obejmujących hospitalizację, rabaty dla klientów Grupy
- pierwsze zabiegi: sierpień 2010
- DPD: listopad 2010



Szpital Grupy LUX MED – najważniejsze fakty

- blok operacyjny – 2 sale operacyjne
- oddział pobytowy – 11 łóżek
- laboratorium analityczne, sala wybudzeń
- endoskopia przewodu pokarmowego
- przychodnia
- emergency – Dział Pomocy Doraźnej
- diagnostyka – RTG, USG, CT



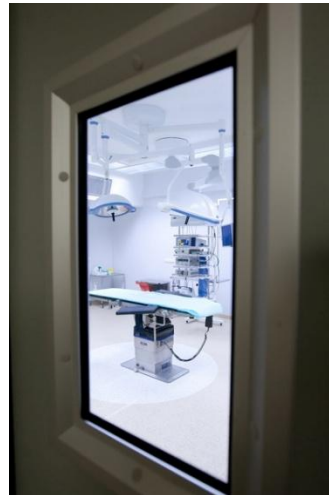
Organizacja

Specjalistyczne centra terapeutyczno-diagnostyczne porządkują przebieg procesu hospitalizacyjnego – od kwalifikacji pacjenta do zabiegu, po rekonwalescencję na oddziale pobytowym.

- 1. Centrum Leczenia Przepuklin**
- 2. Centrum Leczenia Chorób Żył**
- 3. Centrum Proktologii**
- 4. Centrum Chirurgii Plastycznej**
- 5. Centrum Endoskopii Przewodu Pokarmowego**
- 6. Centrum Chirurgii Ortopedycznej**
- 7. Dział Pomocy Doraźnej – Emergency**
- 8. Centrum Chirurgii Dziecięcej**
- 9. Centrum Chirurgii Ręki**
- 10. Centrum Leczenia Stóp**

Szpital Grupy LUX MED – najważniejsze fakty

- **130** – liczba lekarzy zaangażowanych do współpracy
- **240** – liczba wszystkich pracowników
- **6-10 operacji dziennie**
- **40-60** – średnia liczba konsultacji w przychodni



Źródła wiedzy o potrzebach

potencjalni nabywcy

oczekiwania

preferencje

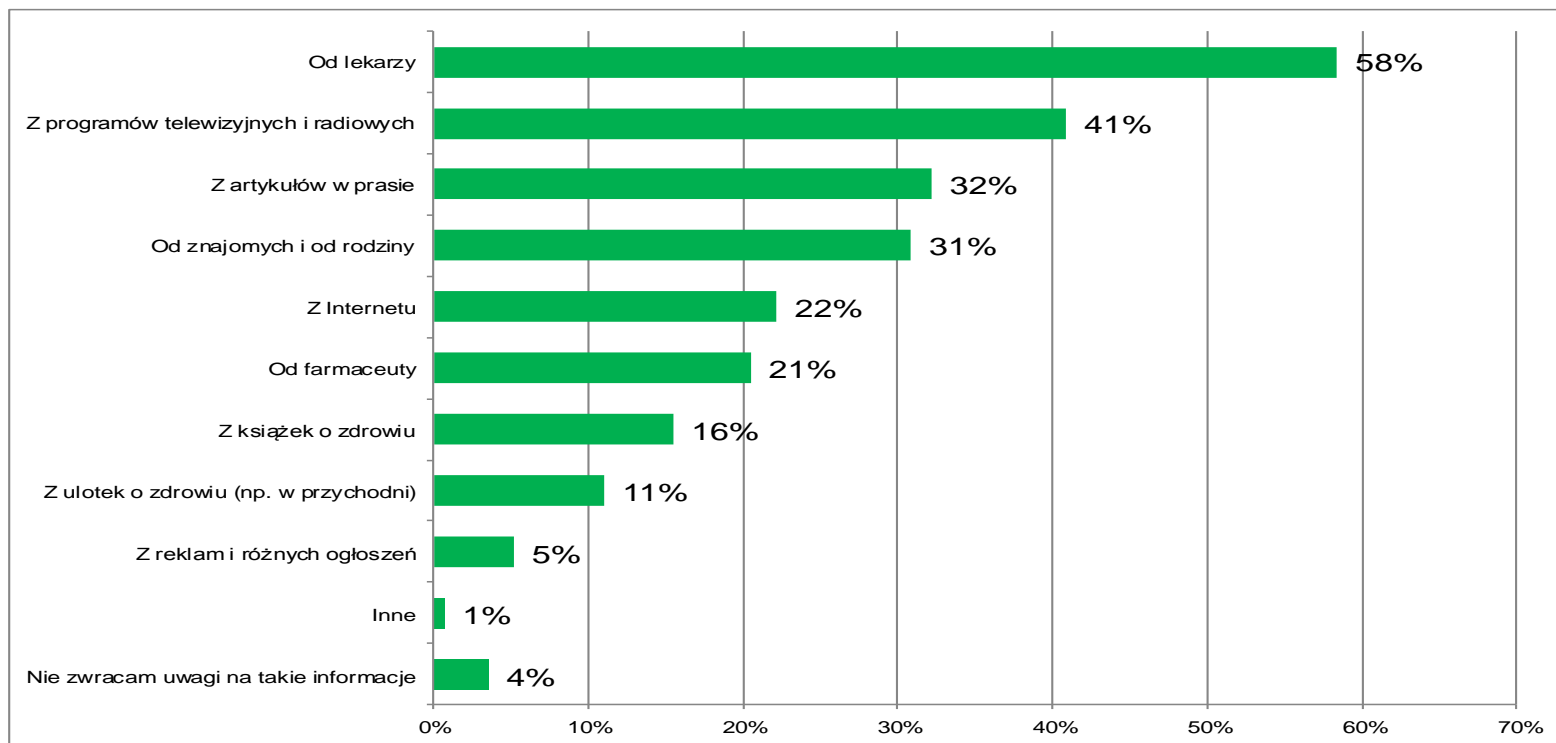
kryteria wyboru

źródła wiedzy o usługach medycznych

Szpital Chirurgii Jednego Dnia – gromadzenie doświadczeń dla wieloprofilowego szpitala

Źródła informacji o zdrowiu i zdrowym stylu życia

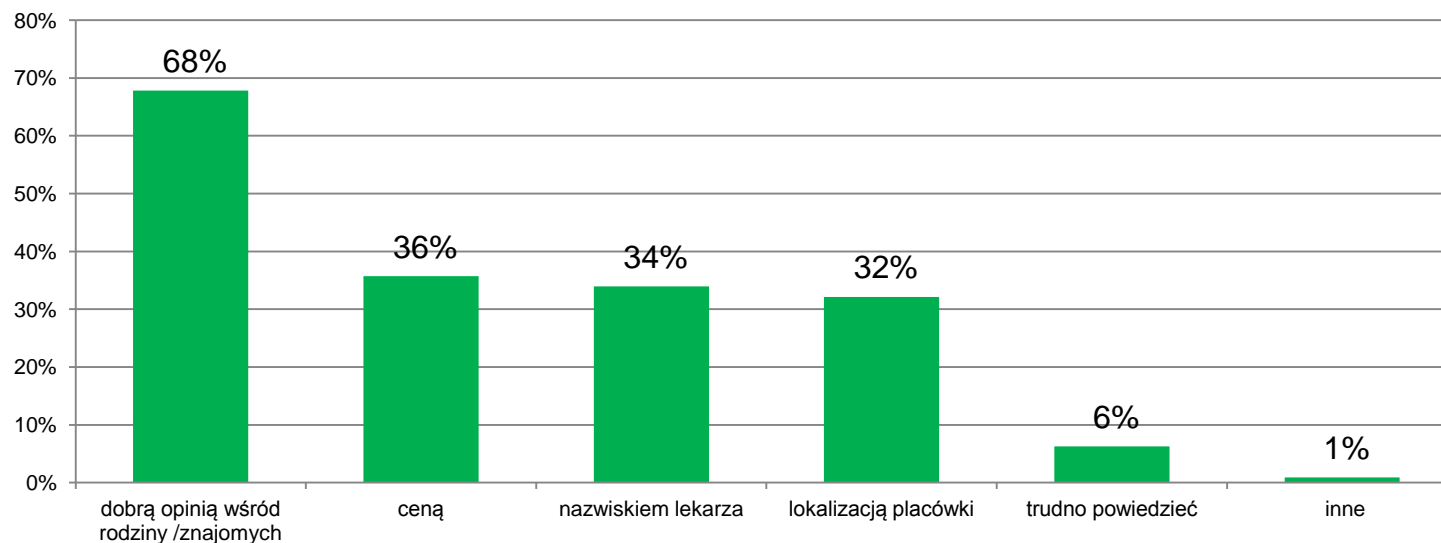
N=600



Źródło : Badanie „Polki, 2010”, 4P Research, badanie wykonane na próbie N=600.

Kryteria wyboru odpłatnych usług medycznych

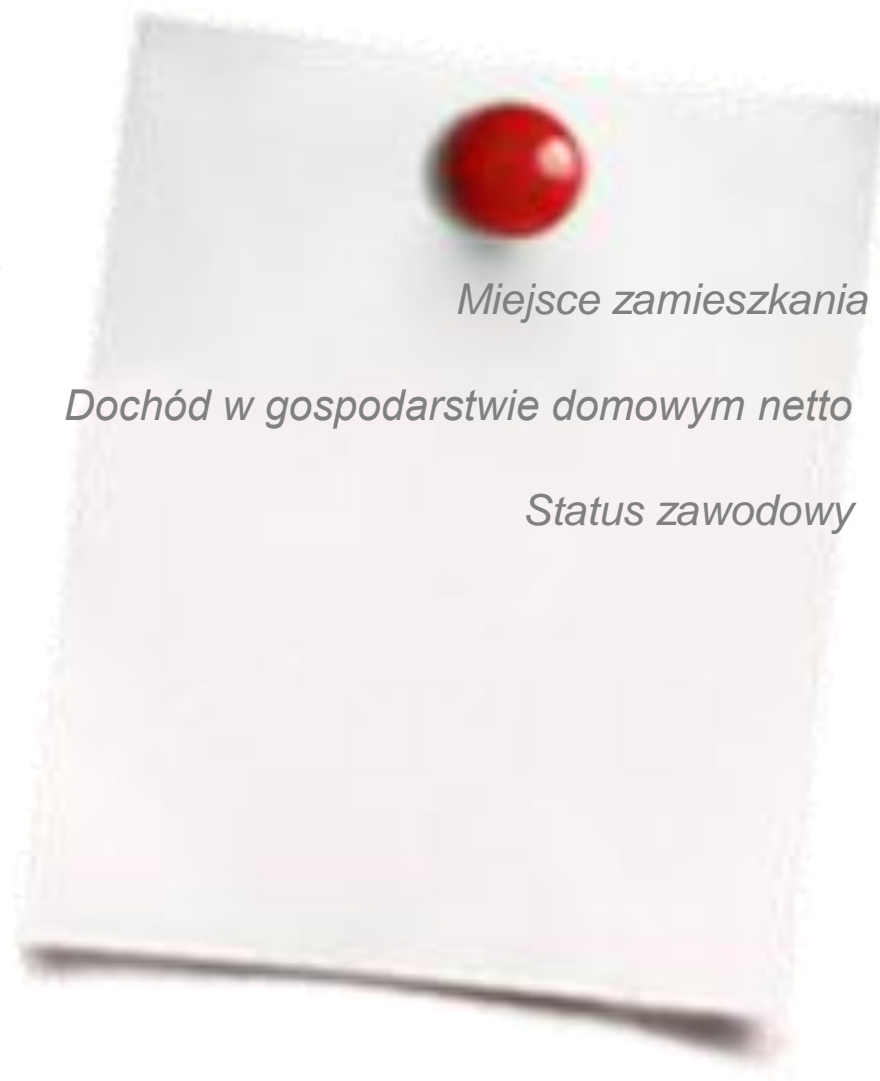
Czym się kierujesz przy wyborze usługi medycznej ?



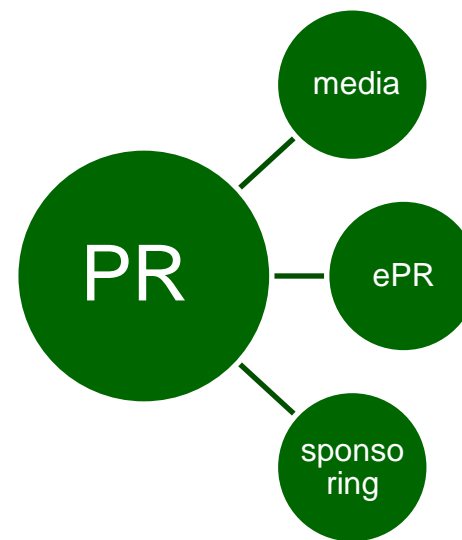
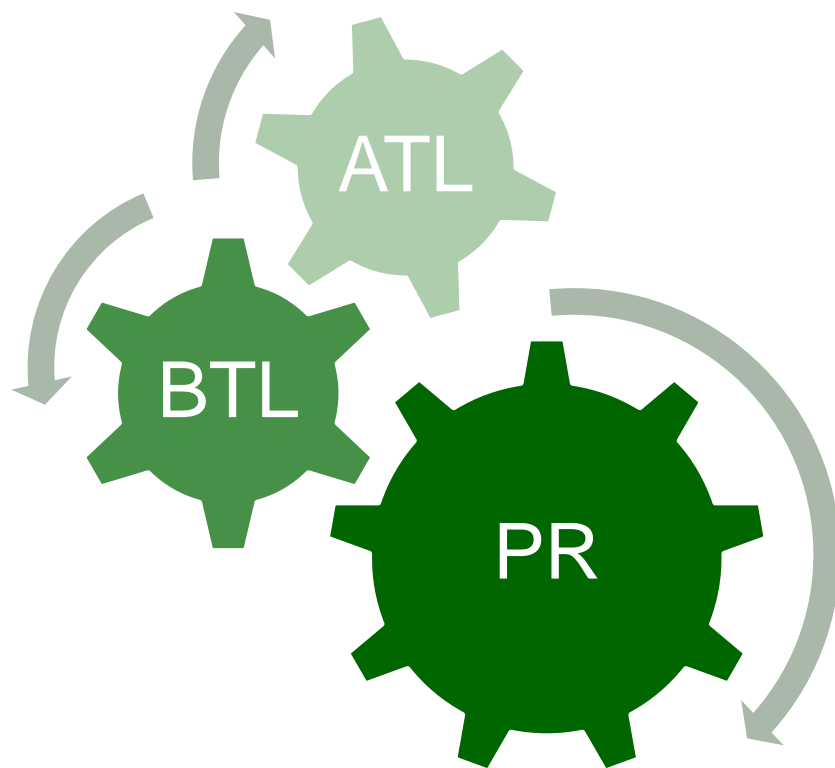
Źródło : Badanie, „Polki, 2010”, 4P Research, badanie wykonane na próbie N=600

Zadanie dla marketingu

- Wypromowanie szpitala na rynku aglomeracji warszawskiej
- Działania skierowane do klientów FFS (z Grupy i spoza niej)



Zadanie dla marketingu



Fazy działań informacyjno-promocyjnych

Faza 1

PR - ogólna informacja
o otwarciu szpitala
IV/ V 2010

- Wielkoformatowa reklama na budynku szpitala
- Uruchomiona zakładka na stronie www.luxmed.pl
- Działania PR
- Reklamy bannerowe na stronach WWW marek Grupy LXM
- Działania PR (zew. i wewn.)

Faza 2

PR + BTL : informacja
szczegółowa
skierowana do wybranych
grup celowych
pocz. VI – kon. VIII

- Komunikacja do Klientów Grupy
- Ulotki w placówkach Grupy LXM oraz u partnerów
- Indoor - biurowce na terenie Warszawy
- PR: komunikacja zew. i wew. oraz działania sponsoringowe, PR
- Rozpoczęcie działań e-marketingowych

Faza 3

PR + BTL+ ATL
poł. IX – kon. XI

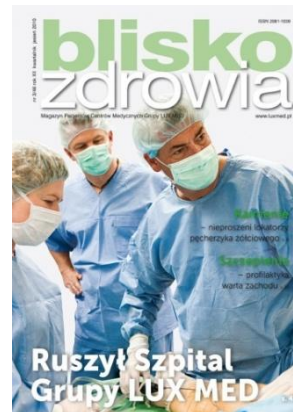
- Kampania informacyjna (prasa, outdoor, internet, radio, indoor)
- Artykuły w dodatkach tematycznych (prezentacja konkretnych usług)
- Tablice kierunkowe
- PR: komunikacja zew. i wew. oraz działania sponsoringowe

Reklama wielkoformatowa na budynku



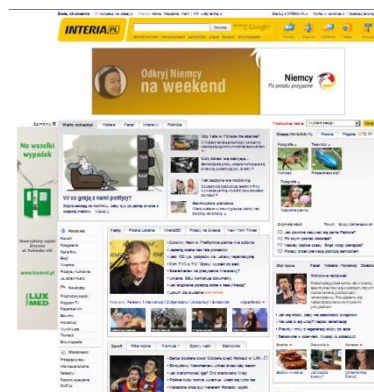
Kampania informacyjno-promocyjna

Rodzaj działań	Działania marketingowe
PR	współpraca z mediami
PR	udział w dyskusjach środowiskowych nt. szpitalnictwa
PR	kwartalnik Grupy LUX MED „Blisko zdrowia”
PR	impresy, wydarzenia (koncert Eltona Johna, Turniej Tenisowe, Dni Konia Arabskiego w Janowie Podlaskim, koncerty, Dzień Dziecka na Zamku Królewskim, Perfect Day w Warszawie, Piknik Olimpijski, Dni Ursynowa)
PR	komunikacja wewnętrzna



Podsumowanie działań marketingowych

Rodzaj działań	Działania marketingowe
E-marketing	uruchomiona zakładka na stronie www.luxmed.pl/szpital z wizualizacjami szpitala, sukcesywnie rozbudowywana
E-marketing	reklamy bannerowe na stronach WWW marek Grupy LXM
E-marketing	wpisy do katalogów branżowych i wyszukiwarek
E-marketing	działania z zakresu SEM – promocja w wyszukiwarkach i sieci kontekstowej
E-marketing	pozycjonowanie słów kluczowych w wyszukiwarkach
E-marketing	promocja w serwisach: medserwis, medycyna.onet.pl, zumi.pl, rynekmedyczny.pl
E-marketing	e-mailing w interia.pl
E-marketing	Wirtualna Wędrówka
E-marketing	film 30 sek. do umieszczenia na www



Key visual



Na wszelki wypadek

Otworzyliśmy szpital
Ursynów, ul. Puławska 455

www.luxmed.pl

GRUPA LUX MED

Nowy szpital Grupy LUX MED zapewni kompleksowe usługi w ramach chirurgii jednego dnia: chirurgii ogólnej, chirurgii plastycznej, ortopedii, laryngologii, ginekologii i urologii. Będziemy czuwać w pogotewku w stacjach nagłych (krwoty, zranienia, złamania). Proponujemy także szeroką ofertę badań diagnostycznych z zakresu radiologii i endoskopii przewodu pokarmowego. Szpital Grupy LUX MED dla każdego! Tel.: 22 431 20 59, e-mail: szpital@luxmed.pl



Na wszelki wypadek

Otworzyliśmy szpital
Ursynów, ul. Puławska 455

www.luxmed.pl

GRUPA LUX MED



Na wszelki wypadek

Całodobowa Pomoc Doraźna
w Szpitalu Grupy LUX MED
Warszawa-Ursynów, ul. Puławska 455

www.luxmed.pl

GRUPA LUX MED

Podsumowanie działań marketingowych

Rodzaj działań	Działania marketingowe
Prasa	<ul style="list-style-type: none">ogólnopolska –wydanie mazowieckie (Polityka, Newsweek, dodatek do Twojego Stylu, Gazeta Wyborcza, Gazeta Wyborcza (Zdrowie i Uroda), Rzeczpospolitalokalna (reklama, reklama z wklejką lub insert: Metro, Echo Miasta, Passa, Pasma, Południe Głos Mokotowa Ursynowa Wilanowa, Informator Ochoty i Włoch, Gazeta Ochoty, Ursusa i Włoch, Najlepsze Adresy Zdrowie i Uroda Warszawa, Dorado (informator Ursynowa)
TV	emisja filmu 30 sek. w TVN Warszawa
Radio	radio lokalne - Radio PIN
Outdoor	plakat wielkoformatowy na budynku szpitala
Outdoor	metro: tablice w wagonach metra
Outdoor	plakat wielkoformatowy przy kinie Femina
Outdoor	billboardy
Outdoor	citylighty
Indoor	plakaty w biurach
Eventy	akcje „otwartych drzwi”
BTL	ulotki
Ambient media	sampling, airwall, animatorzy, nośniki mobilne

Szpital Grupy LUX MED w mediach (PR)

Szpital Grupy LUX MED publikacje	08.10.	09.10.	10.10.	11.10.	12.10.	01.11.	02.11.	03.11.	04.11.	05.11.	06.11.	07.11.	08.11.
prasa	6	10	11	11	8	12	10	8	4	13	7	7	9
internet	3	9	21	45	19	16	15	13	17	47	21	8	10
SUMA	9	19	32	56	27	28	25	21	21	60	28	15	19

Szpital Grupy LUX MED publikacje 08.2010 – 08.2011	prasa	Internet
AVE (zł)	3 068 288	113 687

Statystyki sekcji www.luxmed.pl/szpital

Statystki obejmują okres 01.08.2010 – 01.08.2011

Najlepsza treść

1 sie 2010 - 1 sie 2011



4 575 strony wyświetlono łącznie 899 296 razy

Filtrowanie: strony zawierające „/szpital”

Skuteczność treści

Widoki: [Grid] [List] [Table] [Full Screen] [Print]

Odsłony 899 296 % całej witryny: 8,12%	Unikalne odsłony 636 364 % całej witryny: 7,44%	Śr. czas na spędzony stronie 00:00:51 Śr. witryny: 00:01:03 (-19,51%)	Współczynnik odrzuceń 43,23% Śr. witryny: 39,16% (10,40%)	% porzuceń 20,07% Śr. witryny: 24,67% (-18,66%)	Wskaźnik \$Index 0,00 US\$ Śr. witryny: 0,00 US\$ (0,00%)
--	---	---	---	---	---

Dział Pomocy Doraźnej – Key visual



Nowy szpital Grupy LUX MED zapewnia kompleksowe usługi w ramach chirurgii jednego dnia: chirurgii ogólnej, chirurgii plastycznej, ortopedii, laryngologii, ginekologii i urologii.

Przez całą dobę czuwamy w pogotowiu w stanach nagłych (urazy, zranienia, złamania). Proponujemy także szeroką ofertę badań diagnostycznych z zakresu radiologii i endoskopii przewodu pokarmowego. Przeprowadzamy zabiegi w minimalnym czasie, dzięki czemu Pacjent szybciej wraca do zdrowia.

Szpital Grupy LUX MED dla każdego!



Dział Pomocy Doraźnej:
801 80 08 08

dla osób korzystających z telefonów komórkowych:
22 33 22 888

ul. Puławska 455, 02-801 Warszawa

e-mail: szpital@luxmed.pl

www.luxmed.pl



DZIAŁ POMOCY DORAŻNEJ

24h

By szybko przynieść pomoc

Przez całą dobę czuwamy w pogotowiu w stanach nagłych. Zapewniamy ambulatoryjną pomoc doraźną w zakresie chirurgii i ortopedii z dostępem do diagnostyki i rentgenowskiej.

SZPITAL **LUX MED**



Dział Pomocy Doraźnej

Nigdy nie wiadomo, co może się zdarzyć...

Reka złamana podczas gry w szachy? A noga skrzywna na nierównym chodniku, skakanie lub poszarpanie w domu czy w pracy? Niewiele zdarzeń może zaszkodzić nawet najlepiej zapowiadający się dzień.

Aby złagodzić skutki drobnych urazów w Szpitalu Grupy LUX MED uruchamiamy Dział Pomocy Doraźnej. Na wszelki wypadek.

W ramach całonocowego dyżuru specjalści szpitalni udzielą pomocy w przypadkach nagłych, takich jak np.:

- konieczność zszycia rany,
- zmiana opatrunku,
- usunięcie ciała obcego,
- poparzenie,
- zwichnięcie lub złamanie.

Dyżur chirurgiczny – 7 dni w tygodniu, przez 24 godziny na dobę.



Dyżur ortopedyczny

- od poniedziałku do piątku w godzinach 15.00-22.00
- w soboty i niedziele w godzinach 10.00-22.00

Aby skorzystać z pomocy, w każdym nagłym wypadku należy najpierw zadzwonić pod numer całodobowej infolinii Grupy LUX MED:

801 80 08 08
lub z telefonów komórkowych
22 33 22 888

W ramach infolinii działu Telefoniczna Informacja Medyczna, gdzie doświadczeni lekarze, pielęgniarki i ratownicy medyczni doradzą, jakie działania należy w danej sytuacji podjąć.

www.luxmed.pl

GRUPA LUX MED



Spójny graficznie projekt – możliwość adaptacji i przeformatowania na inne nośniki

np.

- siatka na elewacji Szpitala
- billboardy
- ramki w metrze
- ogłoszenia w prasie
- ulotki
- naklejki
- gadżety: magnes, plastry
- indoor



P O M O C W N A G Ł Y C H P R Z Y P A D K A C H

Siatka wielkoformatowa

POMOC W NAGŁYCH PRZYPADKACH

- ▶ CHIRURGIA
- ▶ ORTOPEDIA
- ▶ OKULISTYKA

24h 22 33 22 888

www.luxmed.pl SZPITAL GRUPA LUX MED



Key visual – Medyczna Strefa Piękna



Medyczna Strefa Piękna

MEDYCYNĄ DLA PIĘKNA

Nowy program Grupy LUX MED Medyczna Strefa Piękna to kompleksowa oferta usług łącząca medycynę estetyczną, chirurgię plastyczną, stomatologię estetyczną oraz dietetykę.

ZROZUMIENIE POTRZEB, DOPASOWANIE DO PACJENTA

Program Medyczna Strefa Piękna opiera się na indywidualnym podejściu do Pacjenta. Stąd też od samego początku ma on zapewnioną opiekę osoby z odpowiednią wiedzą merytoryczną. Koordynator programu udzieli informacji o wykonywanych zabiegach oraz pomaga w umówieniu konsultacji medycznych dopasowanych do indywidualnych potrzeb.

WIEDZA I PRAKTYKA, KTÓRE BUDZĄ ZAUFANIE

W Grupie LUX MED troska o dobro i bezpieczeństwo Pacjenta jest zawsze najważniejsza, a zespół medyczny tworzą wybitni specjaliści z wieloletnim doświadczeniem. Programem Medyczna Strefa Piękna objęty jest również Szpital Grupy LUX MED, gdzie w ramach Centrum Chirurgii Plastycznej zabiegi wykonują wyspecjalizowani specjaliści - dr n. med. Małgorzata Chomicz-Kłinda i dr n. med. Lubomir Lembaś. Wszystkie procedury medyczne spełniają najwyższe normy bezpieczeństwa, ściśle przestrzegane we wszystkich centrach medycznych Grupy LUX MED są wykonywane w nowoczesnie wyposażonych salach operacyjnych. W naszym szpitalu Pacjenci mają zapewnione komfortowe warunki zarówno podczas przygotowania do zabiegu, jak i po jego wykonaniu.

Program Medyczna Strefa Piękna jest w wybranych centrach medycznych Grupy LUX MED na terenie Polski.

Więcej informacji na www.luxmed.pl

Kontakt z Koordynatorem: tel. 665 550 156 (pon.-pt. 12.00-18.00).



Medyczna Strefa Piękna

Medycyna dla piękna, nigdy odwrotnie

Liczy się piękno wewnętrzne – tak powinni oceniać nas inni. Jeśli jest inaczej, nie warto się tym przejmować. Ale jeśli sami czujemy potrzebę poprawy swojego wizerunku, warto skorzystać z najnowszych osiągnięć medycyny estetycznej: nasz program Medyczna Strefa Piękna to kompleksowa oferta usług łącząca medycynę estetyczną, chirurgię plastyczną, stomatologię estetyczną oraz dietetykę. Czasem nawet drobna korekta może znacząco poprawić nasze samopoczucie. Naszym celem jest to, żeby czuli się Państwo dobrze we własnym ciele.




Zrozumienie potrzeb, dopasowanie do Pacjenta

Program Medyczna Strefa Piękna opiera się na indywidualnym podejściu do Pacjenta. Koordynator programu udzieli Państwu informacji o wykonywanych zabiegach oraz pomoże w umówieniu dopasowanych do potrzeb konsultacji medycznych. Już na pierwszym etapie zapewniamy więc Państwu opiekę osoby z odpowiednią wiedzą merytoryczną. O jej kompetencjach najlepiej świadczą udane metamorfozy zadowolonych Klientów.

Wiedza i praktyka, które budzą zaufanie

Nasz zespół medyczny tworzą wybitni specjaliści z wieloletnim doświadczeniem. Oddając Państwa w ręce naszych ekspertów, zapewniamy najwyższe standardy bezpieczeństwa wykonywanych zabiegów. W centrach medycznych Grupy LUX MED troska o dobro i bezpieczeństwo Pacjenta jest zawsze najważniejsza.

Bezpłatne spotkania z koordynatorem programu odbywają się w CM LIM przy Al. Jerozolimskich 65/79 w Warszawie (budynek Marriott). Kontakt z Koordynatorem: tel. 665 550 156 (poniedziałek - piątek 12.00-18.00). Informacje o programie, w tym adresy placówek oraz cennik, znajdziecie Państwo na naszej stronie: www.luxmed.pl



Efekty działań promocyjnych

Znajomość spontaniczna i wspomagana prywatnych szpitali w Warszawie

- Po 10 miesiącach działalności Szpital LUX MED wraz z innym szpitalem działającym od kilkunastu lat zajął I miejsce z 79% znajomością wspomaganą
- Znajomość spontaniczna : 38%, **28% (Szpital LUX MED)**
- W grupie mieszkańców Ursynowa wskaźnik ten był wyższy i wyniósł **83% (35%)** (II miejsce na rynku)

Efekty działań promocyjnych

Preferowane nośniki

- Spośród wszystkich działań promocyjnych szpitala LUX MED najbardziej widoczne były **billboardy** - 75% warszawiaków, którzy znają szpital LUX MED i dowiedziało się o nim z reklamy widziało billboardy szpitala LUX MED. Efektywna okazała się również działalność promocyjna prowadzona **w internecie (52%)** oraz **w prasie (44%)**.

Przyczyny niepowodzeń, czyli o czym warto pamiętać ?*

1. Niewłaściwa ocena rynku

- zbyt mały rynek
- słabe odróżnienie produktu od oferty rynkowej i błędy w pozycjonowaniu
- niezrozumienie potrzeb klientów
- słabości kanałów sprzedaży
- reakcja konkurencji

2. Niepowodzenie finansowe

- niska stopa zwrotu z inwestycji

* Na podstawie: "Managing New Product Development for Strategic Competitive Advantage", Dipak Jain

3. Czynniki czasu

- spóźnieni
- falstart

4. Problemy techniczne

- niemożność realizacji usługi / zaoferowania produktu
- problemy obsługowe

5. Problemy organizacyjne

- brak wsparcia ze strony organizacji

6. Problemy generowane przez otoczenie

- regulacje
- czynniki makroekonomiczne

Dziękuję za uwagę

marzena.kowalska@luxmed.pl