

Доказательный менеджмент медучреждения

Отраслевой опыт Агентства Paper Planes для медицинских учреждений

КОНТАКТЫ

Адрес:

г. Москва, ул. 2-я Брестская 30,
5 этаж, офис Paper Planes

Телефон: +7 (495) 118-07-46
Telegram: @paper_planes_agency

Email: info@paper-planes.ru
Сайт: www.paper-planes.ru



15 лет повышаем прибыльность, загруз, средний чек и снижаем операционные издержки для медицины

2025

Мы Paper Planes, консалтинговое агентство с 15-летним опытом и 800 проектами, включая 100+ в сфере медицины, красоты и здоровья. Входим в топ-5 консалтинговых агентств по версии RAEX и занимаем 2-е место в цифровой трансформации RUWARD. Работаем с клиниками, салонами, фармацевтическими компаниями и поставщиками оборудования в России, СНГ, ОАЭ, США, Польше и Латвии. Среди наших клиентов: ГрандМед, Рудента, MSD, PremierPharm, K31, МЕДСИ, Verba Mayr, Менделеев, Dental Fantasy, Дантистофф.

Наш подход основан на анализе данных и системных решениях. Мы используем карты пути клиента, синхронизацию процессов, аналитические дашборды и обучение, чтобы повысить выручку и управляемость бизнеса. Эти методы помогли нашим клиентам трансформировать процессы и укрепить позиции на рынке.

15 лет опыта

Реализовали более 800 проектов, свыше 100 из них — в сфере медицины, красоты и здоровья

В топ-5 консалтинговых агентств

По версии RAEX, 2-е место RUWARD в цифровой трансформации

4 страны присутствия

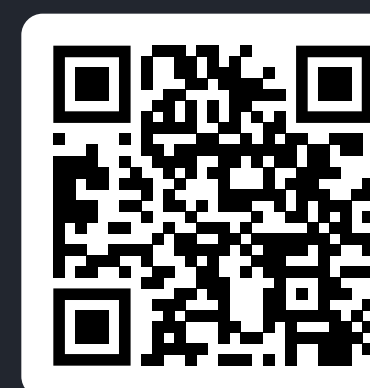
Россия, Казахстан, Узбекистан, Словения

Задачи, которые мы решаем для медучреждений

- управление рентабельностью и эффективным загрузом кабинета/кресла;
- разработка стратегии привлечения пациентов и внедрение инструментов управления опытом пациента;
- увеличение посещений или среднего дохода на пациента и количества повторных посещений;
- выстраивание логистики пациента: повышение конверсии из консультаций в план лечения;
- развитие бренда клиники для минимизации зависимости от личных брендов врачей;
- оптимизация бизнес процессов медицинского и административного персонала.

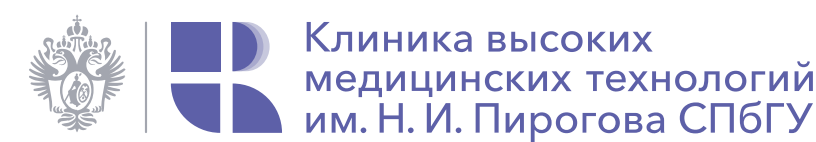
Полезные материалы

Узнайте, как мы [помогаем медучреждения](#) расти с помощью модели «Шесть рычагов»



Клиенты Paper Planes — ведущие компании среди медицинских центров, клиник и компаний фармацевтической отрасли

2025

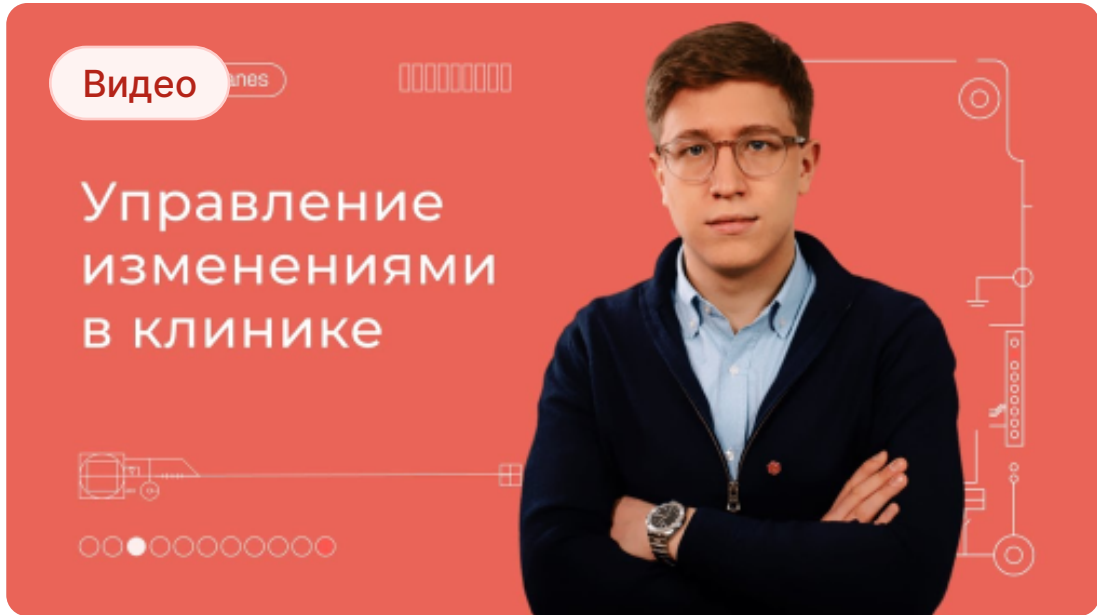


Наша отраслевая экспертиза

2025



Когда стратегия заканчивается:
как Немецкий Имплантологический
Центр нашел новые источники роста



Управление изменениями в клинике
с помощью аналитики



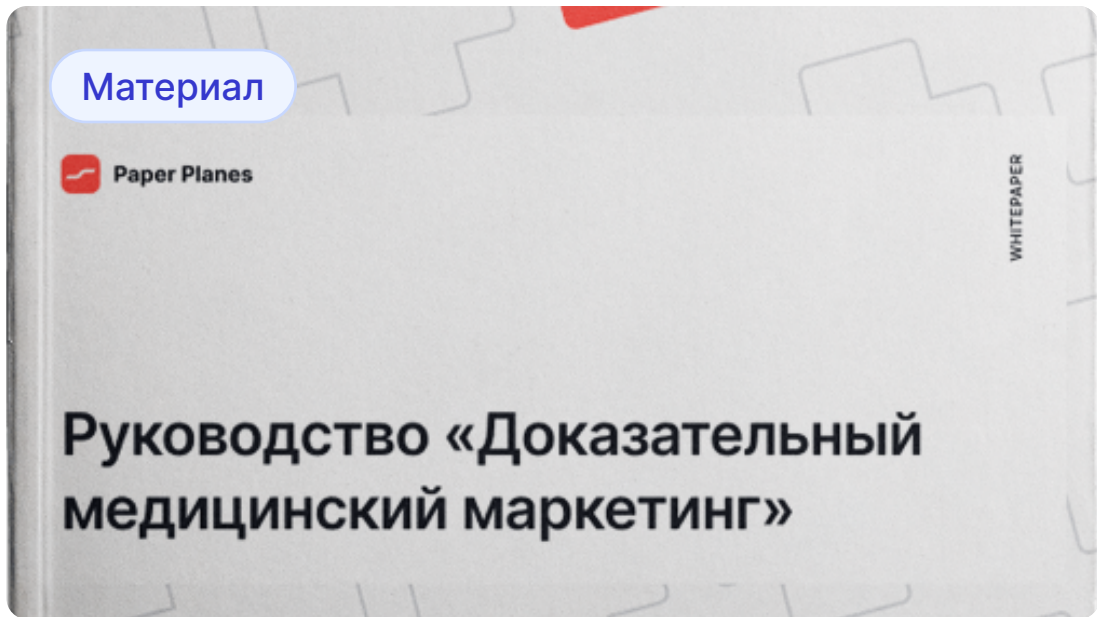
Триединая Формула Прибыли:
как структурировать данные
в медицинской организации. Часть 1



Научили отдел продаж медицинской
компании MSD работать с Customer
Journey Map



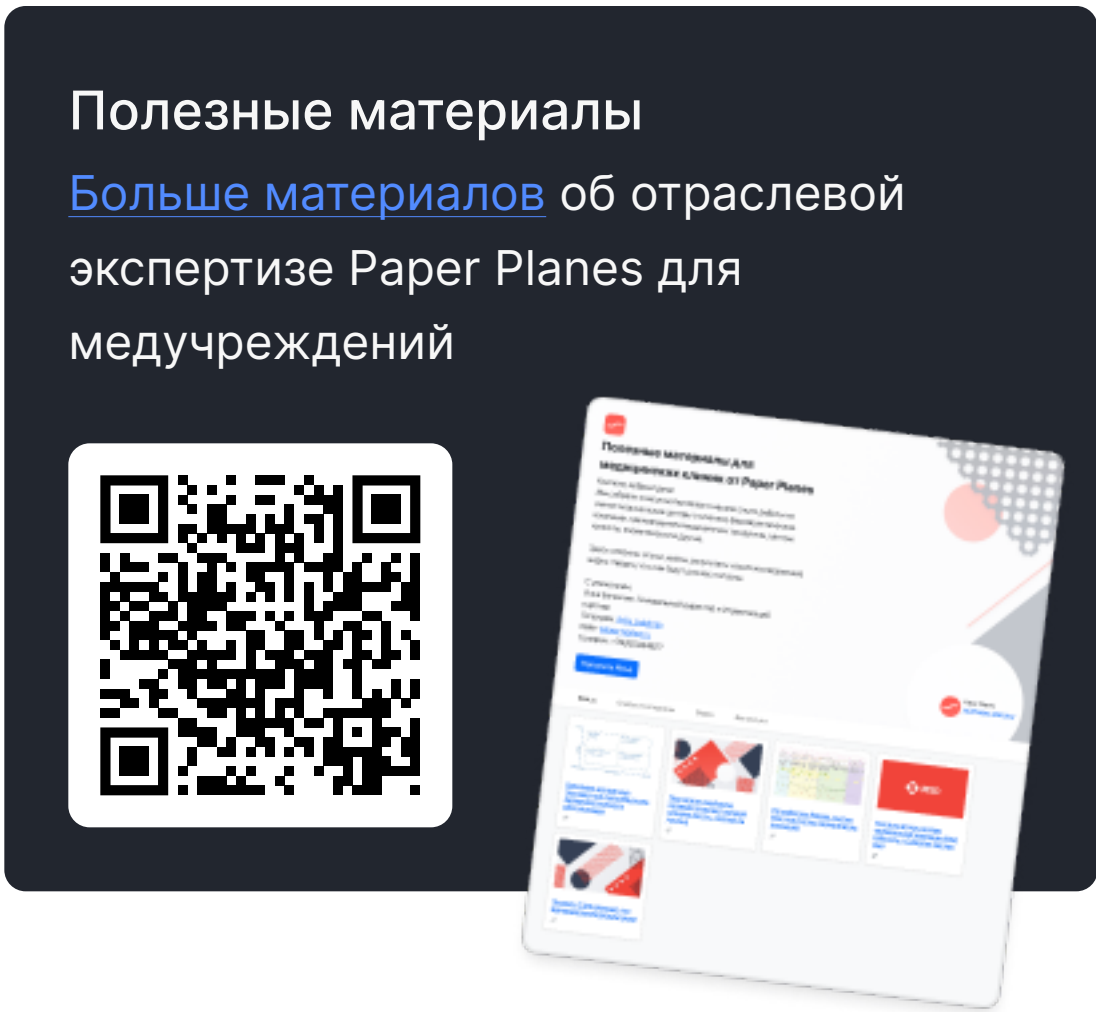
Карта путешествия пациента.
Как выстроить структурный подход
в работе с клиентами



Доказательный медицинский маркетинг.
Как медицинской организации ответить
на вызовы бизнеса?



Построили дашборды, которые
помогают детской клинике расти
с опорой на данные



Триединая Формула Прибыли позволяет системно управлять ростом медучреждений

2025

Триединая Формула Прибыли — это модель, которая предлагает для анализа прибыли в медицинских организациях делить доходы на три разных формы представления. Декомпозиция:

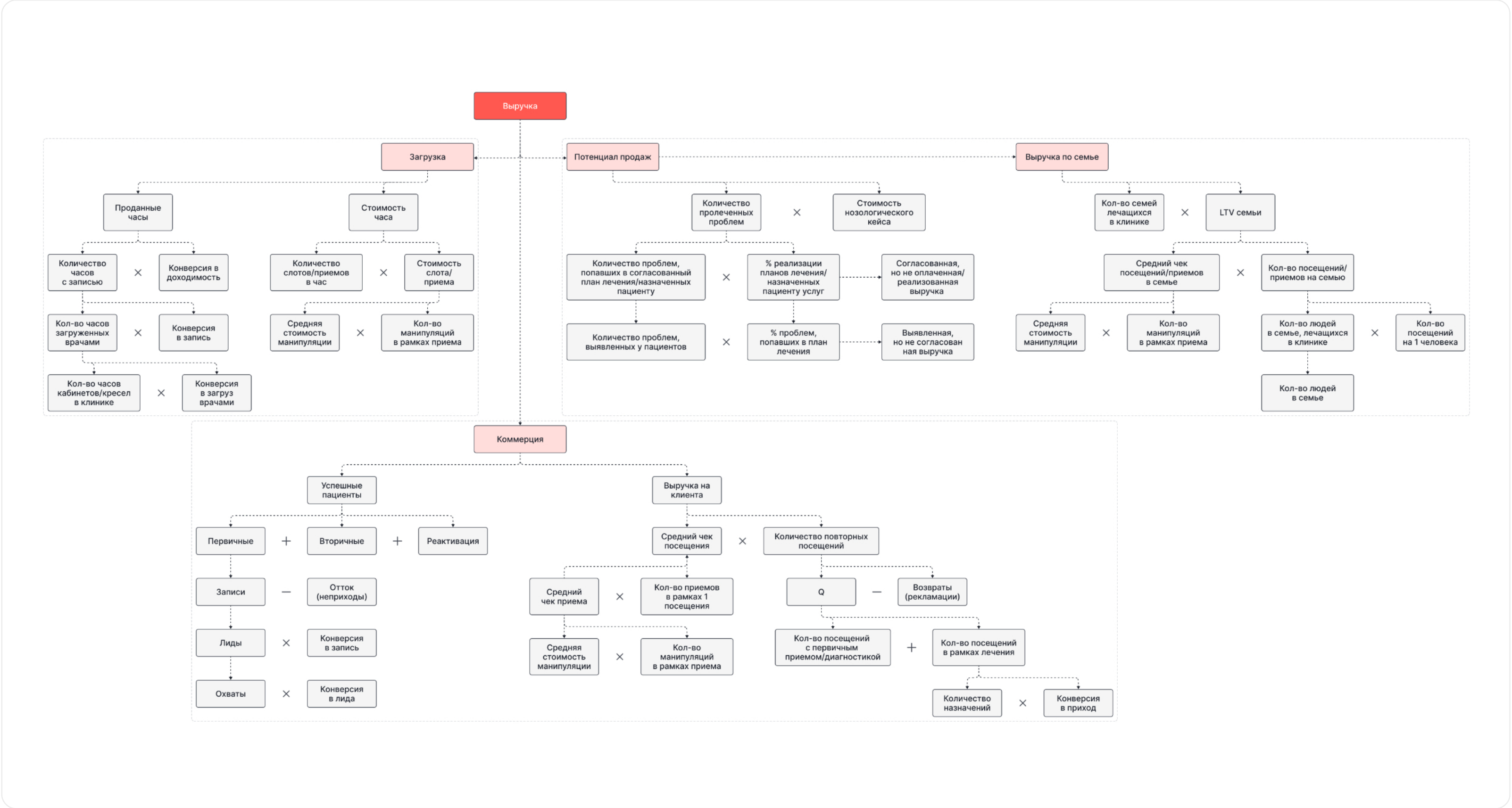
- Количество пациентов = Первичные + Вторичные (повторные)
- Средний чек = Дельта 1 (согласованный план) + Дельта 2 (отложенные услуги)
- Количество визитов = LTV (lifetime value пациента)

Прибыль = (Кол-во пациентов × Средний чек × Кол-во визитов) - Издержки

Полезные материалы

Узнайте, как структурировать данные в медучреждении.

Изучите [статью о Триединой Формуле Прибыли](#)



Чем мы можем помочь медцентру

2025

Оказываем услуги по стратегическому, операционному и организационному консалтингу для увеличения прибыли малого, среднего и крупного бизнеса

Стратегический консалтинг

Обеспечиваем управляемый рост клиники и финансовую устойчивость

Финансово-аналитическая диагностика

Карта точек роста, дашборды, прогноз прибыли

Разработка стратегии развития

Стратегическая карта, экономическая модель роста

Продуктовая стратегия

Портфель программ лечения, JTBD-сегментация

Операционный консалтинг

Делаем процессы пациентноцентричными и без потерь

Patient Journey Mapping

Карта разрывов, план улучшений, конверсия Дельты 2 в услуги

Оптимизация воронки обращения*

Рост конверсии из обращения в визит

Управление загрузкой кресел

Рост выручки при той же команде

Организационный консалтинг

Обеспечиваем управляемый рост клиники и финансовую устойчивость

Построение отдела маркетинга

Прозрачная воронка, управляемый маркетинг

Служба клиентской заботы

Рост NPS, снижение churn, рост repeat rate

Внедрение дашбордов

Data-driven подход, экономия времени на отчеты

Финансово-аналитическая диагностика по Формуле прибыли

Финансово-аналитическая диагностика — это глубокое погружение в экономику клиники через призму Триединой Формулы Прибыли, адаптированной для медицины. Мы не просто анализируем цифры, а выстраиваем полную картину того, как устроена прибыль.

Кейс «Дашборды для сети детских клиник»

Пришли с проблемой: МИС собирает данные, но аналитика на уровне таблиц Excel, решения принимаются медленно. Провели финансово-аналитическую диагностику, построили дашборды с ТФП, создали RFM-сегментацию по семьям. Появилась прозрачность метрик: руководство видит структуру выручки в реальном времени, принимает решения быстрее и с опорой на данные.

	Этап 1: Подготовка и сбор данных (1 неделя)	Этап 2: Анализ по Формуле Прибыли (2-3 недели)	Этап 3: Анализ структуры выручки (1 неделя)	Этап 4: Проектирование дашбордов (2 недели)
Проводимые работы	- Аудит МИС: какие данные собираются, как структурированы - Выгрузка исторических данных (12-24 месяца): пациенты, визиты, услуги, выручка - Интервью с руководством: текущие KPI, цели, гипотезы роста - Картирование структуры клиники: филиалы, специализации, врачи, расписание	- Расчет метрик ТФП: количество пациентов, средний чек, LTV, Дельта 1 vs Дельта 2 - Сегментация пациентов по JTBD - RFM-анализ: Recency, Frequency, Monetary - Анализ семей (для детских клиник): идентификация связей, семейный LTV - Региональная аналитика: откуда приходят, где потенциал	- Анализ загрузки кресел/кабинетов по филиалам и врачам - Анализ маржинальности направлений - Матрица эффективности врачей: средний чек x возвращаемость - Выявление «узких мест»: где теряется выручка	- Определение ключевых метрик для визуализации - Разработка структуры дашборда (вкладки, срезы, фильтры) - Интеграция с МИС - Настройка автоматического расчета метрик - Обучение команды работе с дашбордами
Результаты	- Карта структуры клиники - Выгрузка исторических данных	- Отчет о финансово-аналитической диагностике (50-70 стр): расчет параметров ТФП, сегментация, анализ выручки, карта точек роста - Презентация для руководства (20-30 слайдов): инсайты, визуализация ТФП, топ-5 гипотез роста	- Анализ маржинальности направлений - Матрица эффективности врачей	- Интерактивный дашборд с метриками ТФП (4 вкладки + интеграция с МИС) - Методология Формулы Прибыли (регламент) - Workshop для управленцев (4 часа)

Разработка стратегии развития

Разработка стратегии развития — это проектирование roadmap роста клиники на 3-5 лет: куда расти (географически, продуктово), как расти (органически, через франшизу, M&A), с какими ресурсами расти (финансовая модель, команда, инфраструктура). Мы не пишем красивые слайды про «видение» и «миссию», а строим конкретную экономическую модель роста с расчетом инвестиций, сроков окупаемости и приоритизацией инициатив.

Кейс «Ника-Дент (стоматология, 200+ сотрудников)»

Пришли с проблемой: владелец в операционке, решения принимаются интуитивно, невозможность делегировать. Разработали стратегию развития: построили отдел маркетинга (операционный + стратегический), внедрили позиционирование (RDB-модель), создали L0-модель управления ассортиментом, разработали CJM и программу лояльности, запустили онлайн-академию.

	Этап 1: Стратегическая диагностика (2-3 недели)	Этап 2: Формирование стратегических гипотез (2 недели)	Этап 3: Проектирование стратегической карты (2 недели)	Этап 4: Презентация и согласование (1 неделя)
Проводимые работы	- Аудит текущей позиции: финансовая диагностика, анализ конкурентов, анализ рынка - Интервью с собственником и топ-командой: цели, амбиции, ограничения, видение через 3-5 лет - SWOT-анализ: сильные/слабые стороны, возможности/угрозы	- Определение целевых сегментов: JTBD-сегментация, демография, приоритизация - Роли филиалов: флагман/мини-клиника/узкоспециализированная - Продуктовая логика: программы лечения, управление ассортиментом, ценообразование - Региональная аналитика: потенциал роста, конкурентная карта	- 4 трека роста: новые пациенты, средний чек, частота визитов, новые направления - Экономическая модель роста: прогноз выручки по сценариям, расчет инвестиций, сроки окупаемости - Roadmap на 3-5 лет: приоритизация инициатив, timeline, ответственные и ресурсы	- Подготовка презентации для собственника и топ-команды - Стратегическая сессия (1-2 дня): обсуждение, корректировки, согласование - Финализация документов на основе обратной связи
Результаты	- SWOT-анализ - Анализ конкурентов и рынка	- Целевые сегменты и позиционирование - Роли филиалов - Продуктовая логика - Региональная карта роста	- Стратегия развития на 3-5 лет (60-80 стр): 4 трека роста, экономическая модель, roadmap - Презентация для руководства (30-40 слайдов) - Экономическая модель роста (Excel) - Методология управления ассортиментом (L0-модель) - Методология позиционирования (RDB/EST)	- Финальная стратегия с учетом обратной связи - Стратегическая сессия с топ-командой (1-2 дня)

Продуктовая стратегия и управление программами

Продуктовая стратегия — это трансформация «списка услуг» в логичные программы лечения, которые понятны пациенту и соответствуют его Jobs To Be Done. Вместо хаотичного набора из 200 позиций в прайсе мы создаем структурированный портфель: базовые пакеты, премиум-программы, профилактические абонементы. Каждая программа решает конкретную задачу пациента, имеет понятное ценообразование и приносит маржу клинике.

Кейс «Дистрибьютор косметологического оборудования (B2B)»

Пришли с проблемой: маркетологи говорят техническим языком, не доносят ценность ЛПР, не понимают продажи. Разработали матрицу стратегий продаж, CJM (4 этапа), новое позиционирование (ROI, производительность, финансовая выгода вместо технических характеристик), обучили команду экспертным продажам. Появилась связь маркетинга и продаж, ЛПР стали понимать ROI инвестиций в оборудование.

	Этап 1: Аудит текущего портфеля услуг (1-2 недели)	Этап 2: JTBD-сегментация и проектирование программ (2-3 недели)	Этап 3: L0-модель управления ассортиментом (1 неделя)	Этап 4: Тестирование восприятия пациентами (1-2 недели)
Проводимые работы	- Анализ прайс-листа и структуры услуг - Анализ маржинальности по услугам - Анализ востребованности - Интервью с врачами - Анализ конкурентов и их программ	- Определение Jobs To Be Done пациентов (экстренная помощь, плановое лечение, эстетика, профилактика) - Проектирование программ: базовые, премиум, профилактические, комплексные - Ценообразование: себестоимость, target margin, сравнение с конкурентами, психологическое ценообразование	- Классификация услуг: Core / Growth / Sunset - Процедура quarterly review портфеля - Критерии оценки: маржинальность, востребованность, позиционирование - Процедуры ввода/вывода услуг	- Глубинные интервью с пациентами - A/B тестирование названий и форматов подачи программ - Корректировка на основе обратной связи
Результаты	- Анализ текущего состояния портфеля - Карта конкурентов - Инсайты от врачей	- Продуктовая стратегия клиники (40-50 страниц) - Новый прайс-лист/каталог программ - Методология JTBD - Калькулятор маржинальности (Excel)	- L0-модель управления ассортиментом (регламент) - RACI-матрица - Процедура quarterly review	- Финальная версия продуктовой стратегии - Workshop для врачей и администраторов (4 часа) - Скрипты продажи программ

Patient Journey Mapping (Дельта-анализ)

Patient Journey Mapping — это комплексное исследование и картирование всего пути пациента от первого касания с клиникой до выписки и последующих визитов. Мы проводим аудит через картирование текущих бизнес-процессов, исследование пациентов и их пути, анализ лучших практик, анализ конкурентов, а также анализ данных по управлению опытом пациента. В результате выявляем разрывы в patient journey, которые приводят к потере пациентов «на ровном месте».

Кейс «Стоматология (3 филиала, 50 врачей)»

	Этап 1: Картирование пути пациента (1 неделя)	Этап 2: Дельта-анализ и исследование (1 неделя)	Этап 3: Выявление разрывов и проектирование улучшений (1-2 недели)	Этап 4: Тестирование и обучение команды (1 неделя)
Проводимые работы	- Аудит digital-точек: сайт, соцсети, мессенджеры, телефон, email - Аудит офлайн-точек: входная группа, регистратура, зона ожидания, кабинет врача, оплата - Mystery Patient: прохождение всего пути - Картирование текущих бизнес-процессов	- Анализ данных МИС: Дельта 0/1/2, конверсии - Интервью с врачами: причины отказов, типичные возражения - Исследование пациентов и их пути - Анализ лучших практик и конкурентов - Анализ данных по управлению опытом пациента	- Определение Tier 1-2 приоритетов - Карта разрывов: где теряем пациентов - Проектирование скриптов для администраторов - Калькулятор стоимости на сайте - Follow-up программа - Образовательный контент	- A/B тестирование улучшений - Обучение администраторов: работа с возражениями, CRM, follow-up - Обучение врачей: эмпатия, объяснение плана лечения - Workshop с role-play
Результаты	- Карта пути пациента (digital + офлайн точки) - Mystery Patient отчет - Карта текущих бизнес-процессов	- Отчет о Patient Journey Mapping (30-40 страниц) - Дельта-анализ: конверсии на каждом этапе - Презентация для руководства (15-20 слайдов) - Методология Дельта-анализа	- Карта разрывов с приоритизацией - План улучшений клиентского опыта - Скрипты для администраторов - Follow-up программа - Калькулятор стоимости	- Финальные скрипты после тестирования - Workshop для команды (4 часа) - Методология работы с Дельтой 2

Оптимизация воронки обращения пациента

Оптимизация воронки обращения — это работа над конверсией входящих обращений (телефон, сайт, соцсети, мессенджеры) в реальные визиты в клинику. Классическая проблема: пациент звонит, администратор отвечает, но визит не состоялся. Мы аудлируем входящие обращения, анализируем конверсии на каждом этапе, выявляем типичные ошибки администраторов, проектируем скрипты и обучаем команду работе с возражениями.

Кейс «Детская клиника (2 филиала, 20 врачей)»

Пришли с проблемой: много звонков, но низкая конверсия в визиты. Провели аудит: администраторы не фиксировали отказы, не работали с возражениями, не предлагали альтернативные даты. Разработали скрипты, обучили команду, настроили CRM-процессы. Появилась конверсия: администраторы стали брать контакты для follow-up, отрабатывать возражение «Дорого» через рассрочку, предлагать вечерние слоты для занятых родителей.

	Этап 1: Аудит входящих обращений (1 неделя)	Этап 2: Анализ регламентов и скриптов (1 неделя)	Этап 3: Проектирование скриптов и CRM-процессов (1 неделя)	Этап 4: Обучение команды и тестирование (1 неделя)
Проводимые работы	- Анализ всех каналов: телефон, сайт, соцсети, мессенджеры - Аудит CRM-данных: конверсии, причины отказов, TTR - Mystery Patient: звонок, запись через сайт, обращение в соцсети - Фиксация типичных проблем	- Аудит существующих регламентов и скриптов - Интервью с администраторами: возражения, проблемы - Прослушивание записей звонков - Проверка KPI для администраторов	- Разработка скриптов: первичный звонок, работа с возражениями, follow-up, пропущенные звонки - Проектирование CRM-процессов: фиксация обращений, классификатор отказов, автоматические напоминания - KPI для администраторов	- Workshop для администраторов (4 часа) - Пилотный запуск новых скриптов - Замер конверсии: было vs стало - Обучение работе с CRM - Корректировка на основе обратной связи
Результаты	- Отчет об аудите воронки обращения (20-30 страниц) - Презентация для руководства (10-15 слайдов) - Карта проблем воронки	- Анализ текущих регламентов - Инсайты от администраторов - Анализ записей звонков	- Скрипты для администраторов (первичный звонок, возражения, follow-up) - CRM-процессы (регламент) - Классификатор причин отказов - Методология работы с возражениями в медицине	- Финальные скрипты после тестирования - Workshop для администраторов (4 часа) - Результаты пилота: рост конверсии - Обученная команда

Управление загрузкой кресел и расписанием

Управление загрузкой кресел — это оптимизация расписания врачей и перераспределение пациентопотока так, чтобы выжать максимум выручки из той же команды. Мы анализируем загрузку врачей и кабинетов, строим матрицу эффективности врачей (средний чек × возвращаемость пациентов), выявляем «узкие места» и проектируем оптимальное расписание.

Кейс «Сеть детских клиник (4 филиала, 30 врачей)»

Пришли с проблемой: один филиал перегружен (запись на месяц вперед), другой недогружен (врачи простаивают). Провели анализ загрузки, построили матрицу врачей. Оказалось: 3 звездных врача перегружены (>90%), 5 врачей недогружены (<50%). Перераспределили пациентопотоки, оптимизировали расписание, добавили вечерние слоты. Появился рост выручки при той же команде: звездные врачи фокусируются на маржинальных услугах, недогруженные врачи получили больше пациентов.

	Этап 1: Анализ загрузки врачей и кабинетов (1 неделя)	Этап 2: Матрица эффективности врачей (1 неделя)	Этап 3: Проектирование оптимального расписания (1 неделя)	Этап 4: Тестирование и корректировка (1 неделя)
Проводимые работы	- Выгрузка данных из МИС: загрузка врачей, кабинетов, филиалов - Расчет процента загрузки (целевая: 70-85%) - Выявление «узких мест»: перегрузка >85%, недогрузка <65% - Анализ пиковых и непиковых часов	- Построение матрицы врачей: средний чек × возвращаемость - Классификация: звезды, высокий чек/ низкая возвращаемость, низкий чек/высокая возвращаемость, начинающие - Интервью с врачами: барьеры для роста среднего чека	- Определение стратегии: маржинальные услуги vs рост потока - Балансировка графиков и перераспределение пациентов - Сегментация пациентов: экстренные, плановые, комплексные - Оптимизация пиковых часов, вечерние/ выходные слоты	- Пилотный запуск на одном филиале - Замер: выручка, загрузка, удовлетворенность - Корректировка на основе обратной связи врачей, пациентов, администраторов - Масштабирование на всю сеть
Результаты	- Отчет об анализе загрузки (20-30 страниц) - Презентация для руководства (10-15 слайдов) - Карта «узких мест»	- Матрица эффективности врачей - Классификация врачей по квадрантам - Кадровые рекомендации	- Новое расписание (таблица) - Калькулятор загрузки (Excel) - Методология управления загрузкой (регламент)	- Финальное расписание после тестирования - Workshop для управленцев (4 часа) - Результаты пилота: рост выручки при той же команде

Построение отдела маркетинга и продаж

Построение отдела маркетинга — это трансформация хаотичной «маркетинговой активности» (SMM-щик, SEO-шник, контекстолог) в управляемую систему с четкими ролями, KPI и зонами ответственности. Мы проектируем структуру отдела маркетинга с разделением на операционный (лидогенерация, контент, CRM) и стратегический (позиционирование, продуктовая стратегия, аналитика), определяем роли и KPI, строим прозрачную воронку от лида до повторного визита.

Кейс «Ника-Дент (стоматология, 200+ сотрудников)»

Пришли с проблемой: владелец в операционке, решения принимаются интуитивно, невозможность делегировать. Построили отдел маркетинга: разделили на операционный и стратегический, определили роли (СМО, лидогенератор, контент, CRM, клиентский сервис), внедрили KPI и дашборды. Появилась методология вместо интуиции: владелец вышел из операционки в роль стратега, маркетинг стал управляемым, появилась возможность масштабироваться на другие рынки.

	Этап 1: Аудит текущей маркетинговой активности (1-2 недели)	Этап 2: Проектирование структуры отдела маркетинга (2-3 недели)	Этап 3: Проектирование KPI и dashboards (1-2 недели)	Этап 4: Обучение команды и запуск (2-3 недели)
Проводимые работы	- Интервью с владельцем: активности, роли, бюджет, KPI, боли - Аудит каналов: SEO, контекст, SMM, email, CRM - Анализ воронки: лид → визит → повторный визит → лояльность - Выявление проблем: нет структуры, KPI, методологии	- Разделение на операционный (лидогенерация, контент, CRM) и стратегический (позиционирование, продуктовая стратегия, аналитика) - Проектирование ролей: СМО, лидогенератор, контент-маркетолог, CRM-менеджер, клиентский сервис - RACI-матрица - Проектирование воронки (5 этапов)	- Определение KPI для каждой роли - Проектирование дашборда для СМО: воронка, каналы, CAC vs LTV, ROMI - Интеграция с МИС и CRM	Подбор команды (если нужно) Workshop для СМО (8 часов) Workshops для команды (по 4 часа на роль) Запуск процессов: weekly stand-up, monthly review, quarterly planning
Результаты	- Отчет об аудите - Анализ воронки и каналов - Карта проблем	- Структура отдела маркетинга (регламент, 30-40 страниц) - Презентация для руководства (20-30 слайдов) - RACI-матрица - Воронка с этапами и владельцами процессов	- Система KPI (таблица) - Дашборд для СМО (4 вкладки) - Методология управления маркетингом (регламент)	- Workshop для СМО (8 часов) - Workshops для команды (по 4 часа на роль) - Запущенные процессы: stand-up, review, planning

Создание службы клиентской заботы

Служба клиентской заботы — это системная работа с пациентами после визита: удержание, конверсия отложенных услуг (Дельта 2), повышение лояльности, работа с жалобами. Мы проектируем службу клиентской заботы: создаем процессы работы с обратной связью (NPS, отзывы), программы лояльности (бонусы, реферальная программа), автоматизируем коммуникацию (email, SMS, напоминания), обучаем команду работе с жалобами.

Кейс «Стоматология (5 филиалов, 80 врачей)»

Пришли с проблемой: высокий churn rate, пациенты не возвращаются, низкий NPS. Создали службу клиентской заботы: внедрили NPS-опросы, запустили реферальную программу, настроили автоматические напоминания о профилактике, обучили команду работе с жалобами. Появилась лояльность: NPS вырос, churn rate снизился, пациенты стали возвращаться чаще, Дельта 2 конвертируется через напоминания.

	Этап 1: Аудит текущей работы с пациентами (1 неделя)	Этап 2: Проектирование процессов клиентской заботы (2 недели)	Этап 3: Автоматизация в CRM (1-2 недели)	Этап 4: Обучение команды и запуск (1-2 недели)
Проводимые работы	- Анализ текущих процессов: follow-up, жалобы, программы лояльности, обратная связь - Анализ данных: churn rate, repeat rate, NPS, Дельта 2 - Интервью с пациентами - Выявление проблем	- Процесс работы с обратной связью: NPS-опросы, работа с промоутерами/нейтралами/детракторами - Процесс работы с жалобами: каналы приема, обработка, эскалация, резолюция, база знаний - Программы лояльности: бонусная, реферальная, семейные пакеты, VIP - Автоматизация коммуникации: благодарность, напоминания, конверсия Дельты 2, образовательный контент, реактивация	- Настройка автоматических коммуникаций: триггеры, шаблоны, сегментация - Настройка NPS-опросов: сбор, анализ, дашборд - Настройка процесса работы с жалобами: тикеты, эскалация, база знаний	- Обучение команды клиентского сервиса - Workshop (4 часа): NPS, жалобы, лояльность, role-play - Пилотный запуск на одном филиале - Замер: NPS, churn rate, repeat rate, Дельта 2 - Корректировка и масштабирование
Результаты	- Отчет об аудите - Анализ данных: churn rate, repeat rate, NPS, Дельта 2 - Карта проблем	- Регламент работы службы клиентской заботы (30-40 страниц) - Презентация для руководства (15-20 слайдов) - RACI-матрица - Программы лояльности (набор документов) - Шаблоны коммуникации (email, SMS)	- Настройка CRM: автоматические коммуникации, NPS-опросы, процесс работы с жалобами - Дашборд с NPS по филиалам и врачам - База знаний типичных жалоб	- Workshop для команды (4 часа) - Результаты пилота: рост NPS, снижение churn rate, пост repeat rate - Обученная команда

Внедрение дашбордов и аналитики

Внедрение дашбордов — это превращение МИС (медицинской информационной системы) из «базы данных» в управленческий инструмент для принятия решений. Мы интегрируем дашборды с действующей МИС, визуализируем ключевые метрики Формулы Прибыли (выручка, пациенты, LTV, средний чек, загрузка), обучаем команду работе с данными, запускаем регулярные review-сессии.

Кейс «Сеть детских клиник (17 лет на рынке, 4 филиала)»

Пришли с проблемой: МИС собирает данные, но аналитика на уровне таблиц Excel, отчеты формируются вручную днями, решения принимаются медленно. Внедрили дашборды: интегрировали с МИС, визуализировали ТФП, создали RFM-сегментацию по семьям, обучили команду. Появилась прозрачность метрик: руководство видит структуру выручки в реальном времени, принимает решения быстрее и с опорой на данные, отчеты формируются за минуты вместо дней.

	Этап 1: Аудит МИС и определение ключевых метрик (1 неделя)	Этап 2: Проектирование структуры дашборда (1-2 недели)	Этап 3: Интеграция дашбордов с МИС (2-3 недели)	Этап 4: Обучение команды и запуск review-сессий (1-2 недели)
Проводимые работы	- Аудит МИС: какая система, какие данные, структура, API или CSV - Интервью с руководством: нужные метрики, текущие отчеты, время на формирование - Определение ключевых метрик ТФП: выручка, пациенты, средний чек, LTV, визиты на пациента, загрузка врачей, Дельта 1 vs 2	Проектирование 5 вкладок: 1. ТФП для CEO 2. Срез по филиалам 3. Срез по врачам (матрица эффективности) 4. Срез по семьям (RFM) 5. Маркетинг и каналы (CAC, ROMI, LTV vs CAC)	- Выбор платформы: Power BI, Tableau, Google Data Studio, Metabase - Интеграция с МИС через API или CSV - Настройка автообновления: ежедневное, еженедельное, ежемесячное - Визуализация: графики, таблицы, фильтры, KPI-карточки - Тестирование: корректность, производительность, обратная связь	- Workshop для CEO (8 часов): чтение дашбордов, интерпретация, решения - Workshops для руководителей: филиалы, врачи, маркетинг - Запуск review-сессий: weekly, monthly, quarterly - Создание культуры data-driven решений
Результаты	- Отчет об аудите МИС - Список ключевых метрик ТФП - Требования к дашборду	- Проект структуры дашборда (5 вкладок) - Презентация для руководства (10-15 слайдов) - Словарь метрик (10-15 страниц)	- Дашборд с ключевыми метриками ТФП (5 вкладок) - Интеграция с МИС: автообновление - Протестированная система	- Регламент работы с дашбордами (15-20 страниц) - Workshop для руководства (8 часов) - Регулярные review-сессии (ongoing) - Обученная команда

Наши кейсы: маркетинговая стратегия для стоматологического центра

2025

В 2022 г. стоматологическая клиника «Немецкий Имплантологический Центр (НИЦ)» уже реализовал масштабную стратегию трансформации с Paper Planes. Результаты впечатляли: глубина чека выросла на 8%, LTV — на 30%, а средний показатель закрытия плана лечения вырос на 87%.

Рычаг роста	Параметр	Дельта показателей с 2024 года в сравнении с 2022 годом
Кол-во пациентов	Ключевые факторы выбора	Общие требования к каждому из топ-факторов выбора выросли (профессионализм врачей, современное оборудование, индивидуальный подход, сервисность лечения). Индивидуальный подход стал 3 по важности фактором выбора, а уровень цен перестал быть важным фактором выбора.
	Годовой LTV	Годовой LTV пациентов вырос на +29,44%
Повторные посещения	Повторные по лучшим	В среднем повторные посещения по лучшим пациентам выросли на +13,12%
	Конверсия во 2 посещение	Конверсия во 2 посещение выросла на +12,00 процентных пункта
	Закрытие плана лечения	Закрытие плана лечения выросло на +39,44 процентных пункта (до 87% процентов в среднем)
	Конверсия в 3 посещение	Конверсия в 3 посещение выросла на +17 процентных пункта
Средний чек	Глубина чека (по лучшим)	Глубина чека по лучшим выросла на +8,22%
	Воспринимаемое позиционирование	Клиники стали восприниматься: - как самые удобные по процессу посещения; - как клиники с широким спектром стоматологических услуг

Результаты первого проекта

В 2024 году клиника НИЦ обратилась к Paper Planes с новым запросом: преодолеть плато роста, перезапустить маркетинг и открыть детскую клинику. Задачи включали поиск новых источников дохода, усиление бренда и разработку уникального позиционирования для открытия новой клиники в сегменте детской стоматологии, ориентированной на эмпатию и экспертизу.



Новые продукты «перелечивание» и «лечение за день» для привлечения клиентов из регионов

«Я уверена, что это лучшая работа, которую мы когда-либо заказывали у внешних подрядчиков. Не просто отчет — это инструмент, с которым мы живем и работаем каждый день»



Марет Хашиева

Основатель и генеральный директор клиник Немецкого Имплантологического Центра

Полезные материалы

Изучите [полный кейс проекта](#) в Медиа Paper Planes

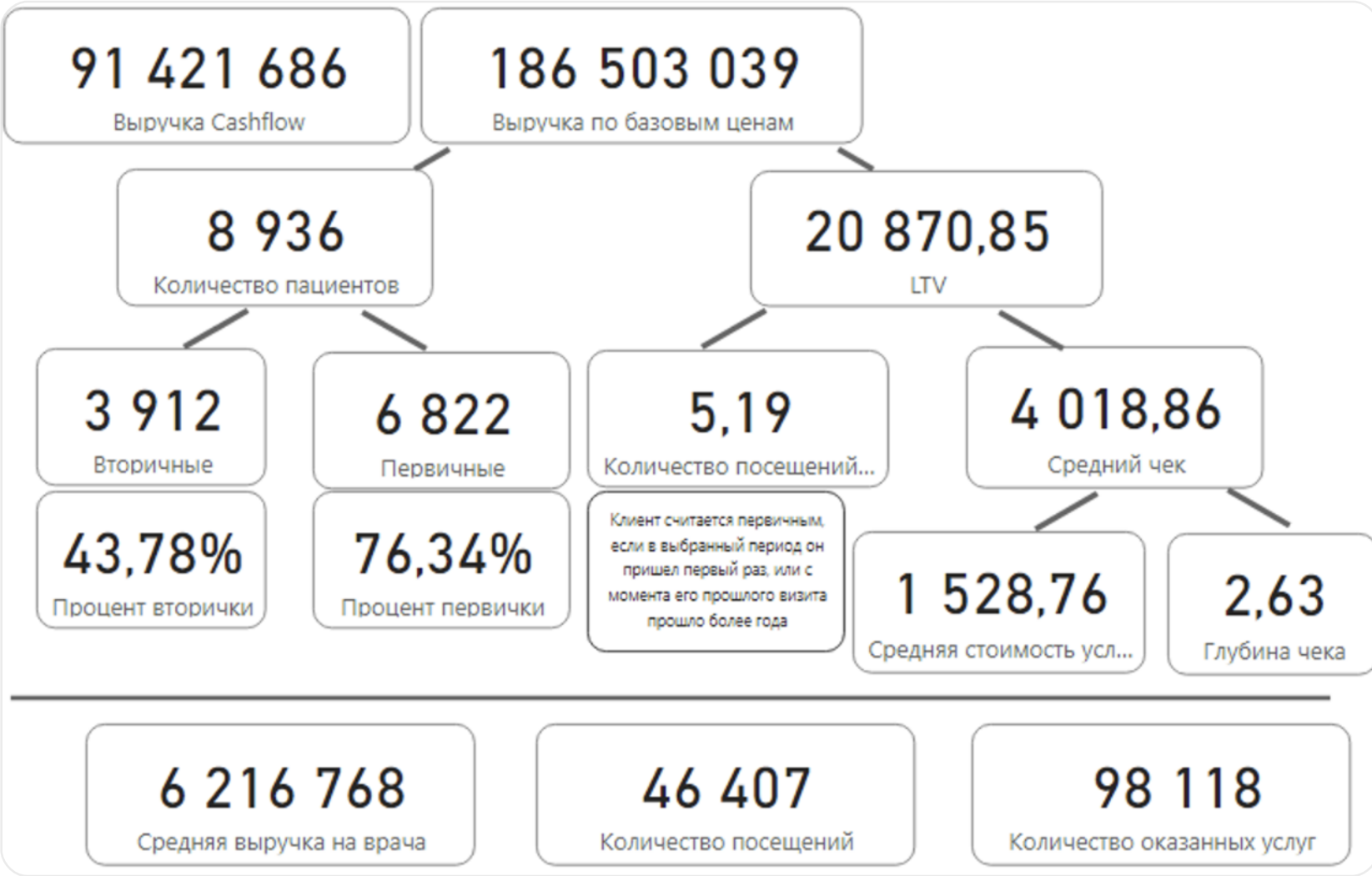


Наши кейсы: аналитические дашборды для детской клиники

2025

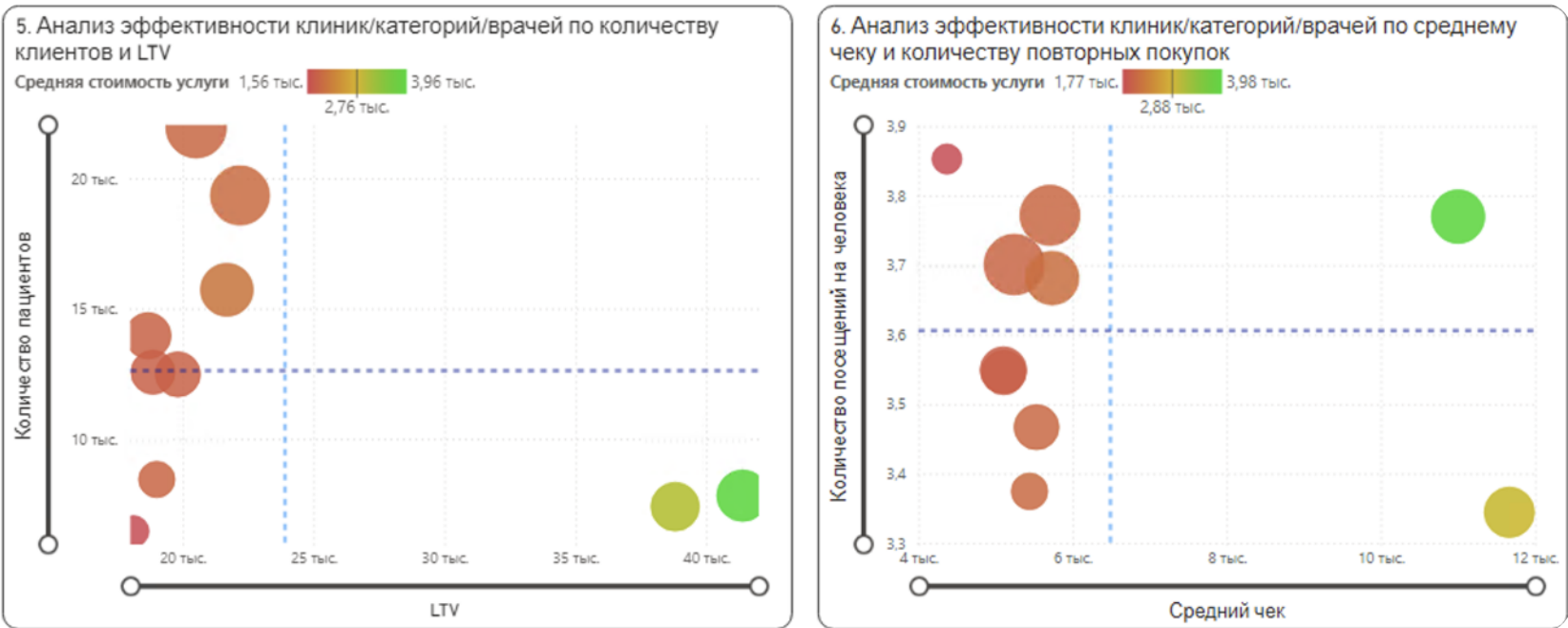
Сеть семейных клиник, 17 лет в Москве и МО (педиатры, стоматологи, гинекологи, терапевты, УЗИ; анализы и прививки). Клиника имеет собственную МИС, но аналитика велась через выгрузки в таблицы. Обратились за системой дашбордов.

Мы описали путь клиента, посчитали параметры по специальной версии Формулы Прибыли для медицины (Триединая Формула Прибыли), отобрали метрики и оцифровали путь прибыли в дашбордах.



Основные показатели Триединой Формулы Прибыли

Одна из страниц дашборда посвящена анализу данных в разрезе врачей. С помощью нее клиент смог понять, какой поток выручки генерируют педиатры, какой стоматологи, какой лоры. Можно сравнить эффективность конкретных специалистов, например гинекологов, чтобы принять кадровые решения.



Пример визуализации данных по категориям врачей

После нашего сотрудничества у клиента появилась прозрачность метрик, управленческая активность выросла, решения стали приниматься быстрее и с опорой на данные.

«Это не просто отчет — это ежедневная панель управления: видим выручку, первичных/вторичных пациентов, LTV, повторные визиты и средний чек. Сравниваем клиники и врачей и принимаем решения быстрее»

Руководство сети детских клиник

Полезные материалы

Изучите [полный кейс проекта](#) в Медиа Paper Planes

Начнем с анализа вашего бизнеса

2025

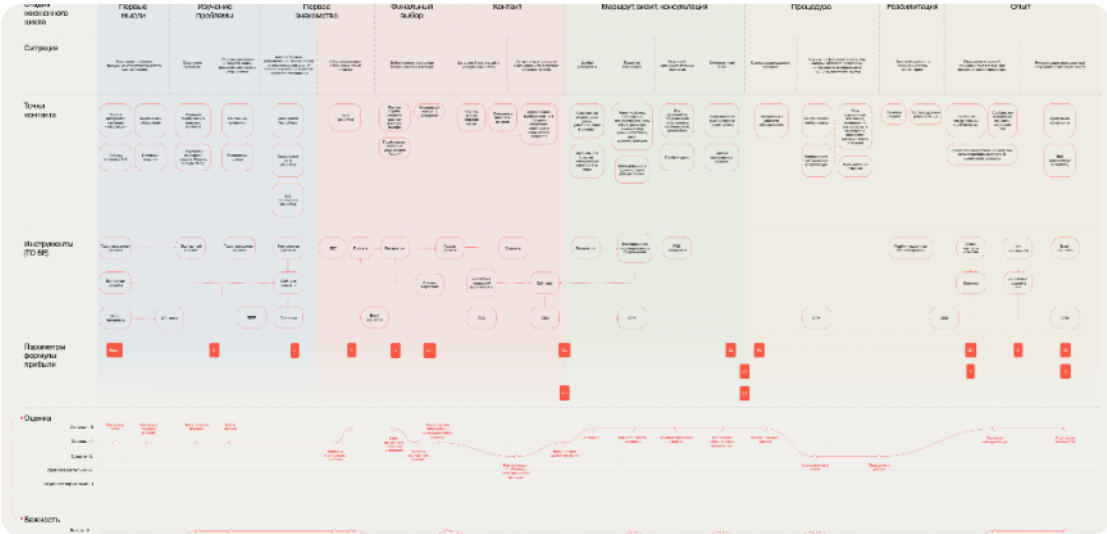
Мы предлагаем диагностическую встречу (1 час, онлайн или офлайн), по итогам которой разработаем дальнейшие шаги



Диагностическая сессия

Бесплатно, 1 час

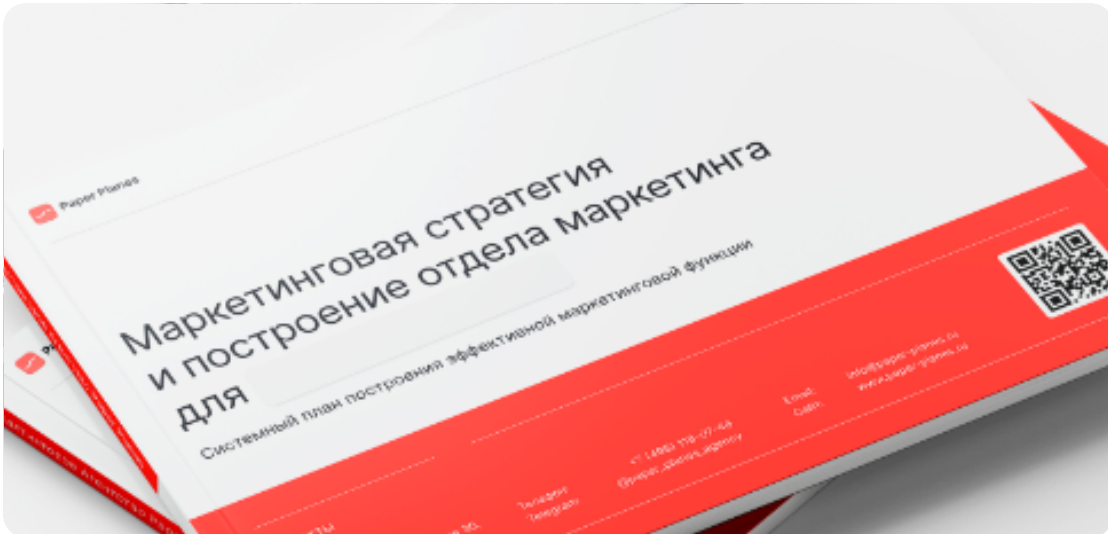
Знакомство с клиникой, обсуждение текущих вызовов, предварительная оценка потенциала роста



Экспресс-аудит

от 100 до 200 тыс — 1 неделя

Быстрый анализ ключевых метрик, выявление главных точек роста, Roadmap трансформации



Полноценный проект

от 400 тыс — 3-8 недель

Выбор продукта (стратегический / операционный / организационный), погружение, диагностика, проектирование, внедрение, обучение, передача методологии команде



Стратегическая и функциональные сессии

от 500 тыс — 2 дня + Межсессионная работа

Стратегия медучреждения по шести рычагам или ответ/проработка одной функции (продажи, маркетинг, HR, продукт)

Свяжитесь с нами для анализа вашего бизнеса

Телефон:

+7 (495) 118-07-46

Email:

info@paper-planes.ru

Агентство, которое знает, что дальше

Комплексный подход к трансформации бизнеса

КОНТАКТЫ

Адрес:

г. Москва, ул. 2-я Брестская 30,
5 этаж, офис Paper Planes

Телефон: +7 (495) 118-07-46
Telegram: @paper_planes_agency

Email: info@paper-planes.ru
Сайт: www.paper-planes.ru

