



Paper Planes

Системные решения для роста прибыли и управления в сфере медицины, красоты и здоровья

Стратегические решения для роста прибыли и управления многопрофильными клиниками, салонами красоты и центрами здоровья

КОНТАКТЫ

Адрес

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

Телефон и Telegram

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

Email и сайт

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



Paper Planes



15 лет системных решений **для медицины**

Мы Paper Planes, консалтинговое агентство с 15-летним опытом и 800 проектами, включая 100+ в медицине, красоте и здоровье. 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, E.Mi, Verba Mayr, Merz, Takeda.

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, включая свыше 100 в медицине

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 ОТРАСЛИ «ЗДОРОВЬЕ, КРАСОТА И МЕДИЦИНА»:

- управление рентабельностью кресла и эффективным загрузом каждого часа кресла;
- разработка стратегии привлечения пациентов и внедрение необходимых инструментов;
- 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.

Узнайте, как структурировать данные.
Изучите статью о Триединой Формуле
Прибыли

<https://clck.ru/3M4ikP>



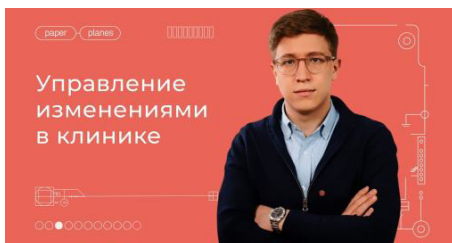


Клиенты Paper Planes — ведущие компании среди медицинских центров, клиник и компаний фармацевтической отрасли





Наша отраслевая экспертиза



Видео

Управление изменениями в клинике с помощью аналитики



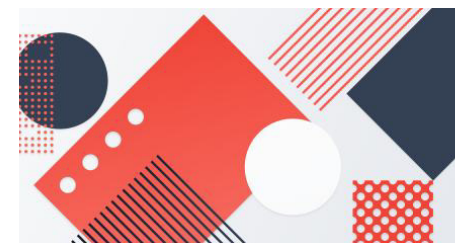
Статья

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



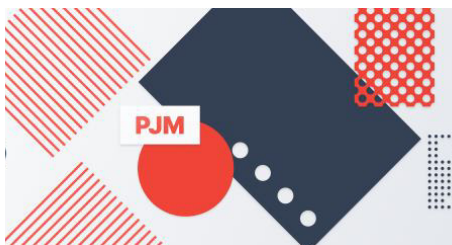
Кейс

Научили отдел продаж медицинской компании MSD работать с Customer journey map



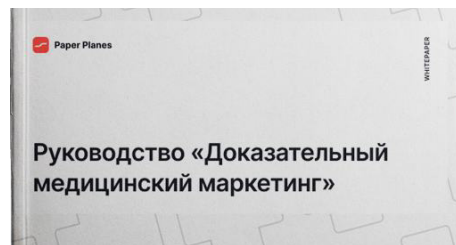
Кейс

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



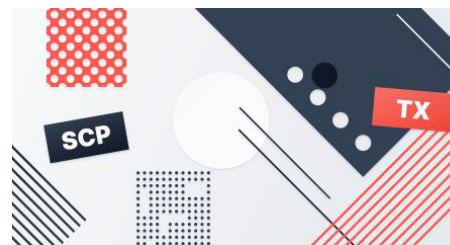
Статья

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



Материал

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



Статья

Как медицинским учреждениям повысить эффективность работы с маркетинговыми бюджетами?



Перейдите по ссылке, чтобы **получить доступ к этим и другим материалам по отраслевой экспертизе**
<https://clck.ru/3M5Ljw>



Вызов на рынке медицины: **низкая управляемость** **снижает выручку и конкурентоспособность**

Растущий рынок медицины, красоты и здоровья ставит перед руководителями новые вызовы. Для сохранения конкурентоспособности необходимы зрелые стратегии управления, основанные на данных и системном подходе. Отсутствие такого подхода приводит к потере прибыли и упущенным возможностям.

Клиники недополучают повторные визиты, так как не понимают потребности пациентов на этапе выбора услуг. Салоны красоты сталкиваются с низкой лояльностью из-за слабого знания аудитории. Поставщики оборудования теряют контракты, не донося ценность своих решений до руководителей клиник. Фармацевтические компании упускают возможности, игнорируя запросы врачей и пациентов. Проблема не в разовых ошибках, а в системных недостатках: несогласованных процессах, отсутствии аналитики и интуитивных решениях.

Без зрелого подхода компании теряют значительную часть потенциала. Маркетинг и продажи не синхронизированы с медицинскими службами, что снижает конверсию от консультаций к лечению. Запутанные оргструктуры и дублирующие процессы увеличивают издержки. Персонал часто не обладает нужными компетенциями, а данные не используются для управления.

Мы разработали модель «Шесть рычагов роста», которая помогает преодолевать эти вызовы через последовательные шаги.

Этот подход позволяет клиникам увеличить лояльность пациентов, салонам — повысить повторные визиты, поставщикам — укрепить доверие, а фармацевтическим компаниям — увеличить продажи.

Узнайте, как устранить узкие места. **Получите бесплатный материал по маркетингу медцентра для директоров и маркетологов клиник**

<https://clck.ru/3M4it8>



Анализ данных

Для обоснованных финансовых решений

Карты пути клиента

Для понимания потребностей пациентов и партнеров

Синхронизация процессов

Маркетинга, продаж и медицинских служб

Оптимизация оргструктуры

Для ясных ролей и ответственности

Обучение персонала

Для повышения компетенций

Автоматизация

Для внедрения аналитики и уменьшения ошибок



Наш подход: стратегия и опыт взаимодействия с клиентами

Мы разрабатываем системные решения для компаний в секторе медицины, красоты и здоровья, устраняющие узкие места, увеличивающие выручку и обеспечивающие прозрачное управление. Наш подход основан на глубоком анализе процессов, потребностей клиентов и рыночных возможностей, что позволяет создавать эффективные стратегии роста.

Комплексный аудит компании по «Шести рычагам роста»

Метод оценки бизнеса через шесть направлений: финансы, клиенты, процессы, оргструктура, персонал, автоматизация. Мы анализируем, как каждый рычаг влияет на выручку и эффективность, выявляем слабые места — например, несогласованность процессов или недостаток данных — и предлагаем план оптимизации.

Разработка позиционирования и маркетинговой стратегии

Создает план роста, который выделяет компанию среди конкурентов. Мы изучаем рынок, анализируем поведение клиентов и конкурентов, чтобы сформировать уникальное предложение и стратегию продвижения.

Узнайте, как структурировать данные. Изучите статью о Триединой Формуле Прибыли

<https://clck.ru/3M4ikP>



Разработка модели удержания и повышения лояльности пациентов

Фокусируется на долгосрочных отношениях с клиентами. Мы анализируем взаимодействия, выявляем причины оттока и создаем инструменты для повышения лояльности — от персонализированных предложений до улучшения сервиса.

Разработка продуктовой стратегии и модели услуг

Оптимизирует ассортимент под потребности клиентов и рыночные тренды. Мы анализируем текущие продукты, выявляем возможности для расширения и создаем модель, повышающую ценность для клиентов.



Наш подход: **аудитории, персонал и данные**

Мы помогаем компаниям в секторе медицины, красоты и здоровья эффективно взаимодействовать с клиентами, усиливать команды и управлять бизнесом на основе данных. Наш подход повышает конкурентоспособность и прозрачность процессов, обеспечивая рост для клиник, салонов, фармацевтических компаний и поставщиков оборудования.

Разработка карты пути пациента

Анализирует этапы взаимодействия клиента с бизнесом — от первого контакта до повторных визитов или покупок — для создания персонализированных решений.

Исследование и сегментация аудиторий

Определяет ключевые группы клиентов и их потребности для создания точечных стратегий.

Стратегия бренда работодателя и HR-маркетинг

Повышают привлекательность компании для сотрудников.

Посмотрите, как работает карта пути пациента, и ознакомьтесь с кейсом разработки PJM для медцентра

<https://clck.ru/3M4j3R>



Внедрение управления на основе данных

Создает прозрачную систему принятия решений.

Корпоративное обучение

Усиливает компетенции сотрудников, адаптируя их навыки под стратегические задачи.



Наши кейсы: стратегические решения для медицины

Класс компании	Компания	Проблематика	Проведенные работы и результаты
Клиники	Многопрофильный медицинский центр	Пациенты редко возвращаются для повторных визитов из-за отсутствия понимания их потребностей и ожиданий. Маркетинг и медицинские службы работают разрозненно, что снижает лояльность и упускает возможности для персонализации. Нет системного подхода к анализу клиентского опыта, что ограничивает удержание клиентов.	Разработали карту пути пациента для анализа потребностей на каждом этапе взаимодействия. Внедрили персонализированные предложения на основе данных о поведении пациентов. Синхронизировали процессы маркетинга и медицинских служб для повышения качества обслуживания и удержания клиентов.
Поставщики	Дистрибьютор косметологического оборудования	Низкие продажи из-за недоверия клиник к оборудованию, отсутствия убедительных кейсов и слабой сервисной инфраструктуры. Отсутствие стратегического подхода к продажам снижает конкурентоспособность.	Разработали стратегию продаж, акцентирующую надежность и сервис оборудования. Создали материалы с успешными кейсами. Обучили отдел продаж доносить полную стоимость владения (TCO) для повышения доверия клиник.
Салоны красоты	Косметический производитель	Отсутствие понимания клиентских сегментов и их потребностей приводит к неэффективному маркетингу и слабой узнаваемости бренда. Нет единой стратегии продвижения для B2C и B2B аудиторий, что ограничивает рост доли рынка. Внутренние процессы не оптимизированы, что замедляет реализацию маркетинговых инициатив.	Провели масштабное исследование аудитории в 34 городах, выявив факторы выбора и уровень узнаваемости бренда. Разработали стратегию продвижения для B2C и B2B, включая персонализированные предложения. Оптимизировали внутренние процессы, внедрив систему управления данными. Обучили персонал для работы с новыми клиентскими сегментами.
Фармацевтика	Международная фармацевтическая компания	Слабое позиционирование продуктов на рынке из-за отсутствия конкурентоспособного и убедительного ценностного предложения. Неэффективное управление ассортиментом с продуктами на разных стадиях жизненного цикла снижает продажи. Нехватка управленческих кадров и системного подхода к продажам ограничивает выручку.	Провели опросы контрагентов и анализ клиентской базы, выявив ключевые факторы выбора. Разработали новое позиционирование, подчеркивающее преимущества продуктов. Оптимизировали управление ассортиментом, распределив продукты по стадиям жизненного цикла. Внедрили экспертные продажи и оптимизировали бизнес-процессы маркетинга и продаж.
Поставщики	Сеть стоматологических клиник	Персонал демонстрирует низкую производительность из-за недостатка компетенций и отсутствия системного обучения. Высокий отток сотрудников связан с низкой вовлеченностью и отсутствием мотивационных программ. Это снижает качество обслуживания и приводит к потере пациентов.	Оценили компетенции сотрудников, выявив ключевые пробелы. Внедрили программы обучения для повышения профессиональных навыков. Разработали стратегию вовлеченности с элементами бренда работодателя, чтобы снизить отток и повысить мотивацию.



Наши кейсы: маркетинговая стратегия для стоматологического центра

Рычаг	Параметр	Значение 22 года	Текущее значение	Дельта
Клиенты	Ключевые факторы выбора	Топ факторов: -Профф. врача - 4,9 -Соврем. оборуд - 4,68 -Сервис - 4,47 -Индив. подход - 4,46 -Уровень цен - 4,41	Топ факторов: -Профф. Врача - 4,99 -Соврем. оборуд - 4,85 -Индив. подход - 4,8 -Сервис - 4,65 - Разнообразие услуг - 4,33	Общие требования к каждому из топ-факторов выбора выросли Индивидуальный подход стал 3 по важности фактором выбора Уровень цен перестал быть важным фактором выбора (дельта изменяя составила 0,36)
	Годовой LTV	122 792,00	146 980,00	Годовой LTV пациентов вырос на 24 188 (+19,70%)
Повторные покупки	Повторные покупки (по всем)	8,61	4,33	В среднем повторные посещения упали на 4,33 посещения (-50,29%)
	Повторные по лучшим	8,61	9,74	В среднем повторные по лучшим выросли на 1,13 посещения (+13,12%)
	Конверсия во 2 посещение	55%	67,00%	Конверсия во 2 посещение выросла на +12,00 процентных пункта
	Заккрытие плана лечения	48%	87,44%	Заккрытие плана лечения выросло на +39,44 процентных пункта
	Конверсия в 3 посещение	75%	92,00%	Конверсия в 3 посещение выросла на +17 процентных пункта
	Границы R	R3 = 98 дней R2 = 292 дня R1 = 584 дня	R3 = 31 дней R2 = 103 дня R1 = 209 дней	Граница R3 уменьшилась на 67 дней (-68%) и составила 31 день Граница R2 уменьшилась на 189 дней (-64%) и составила 103 дня Граница R1 уменьшилась на 375 дней (-64%) и составила 209 дней
	Границы F	F2 = 6 F1 = 1	F2 = 14 F1 = 1	Граница F2 увеличилась на 8 посещений (+133%) и составила 14 посещений Граница F1 не изменилась (0%)
	Границы M	M2 = 23,61k M1 = 3,5k	M2 = 28,8k M1 = 6,67k	Граница M2 увеличилась на 7,35 тысяч (+31%) и составила 28,8к Граница M1 увеличилась на 3,17 тысяч (+103%) и составила 6,67к
Средний чек	Средняя стоимость манипуляции (по всем)	3 970,00	4 060,00	Ср. стоимость манипуляции выросла на 90 р. (+ 2,72%)
	Средняя стоимость манипуляции (по лучшим)	3 970,00	4 850	Ср. стоимость манипуляции по лучшим выросла на 880 р. (+ 22,17%)
	Глубина чека (по всем)	9,00	8,37	Глубина чека снизилась на 0,63 позиции (- 7%)
	Глубина чека (по лучшим)	9,00	9,74	Глубина чека по лучшим выросла на 0,74 позиции (+ 8,22%)
	Воспринятое позиционирование	Территории: - Качество обслуживания - Самое соврем. оборудование - Самый понятный план лечения	Территории: - Качество обслуживания - Самое соврем. оборудование - Самый понятный план лечения - Удобная с точки зрения посещения - Широта услуг	Клинику стали воспринимать на новых территориях: - Удобство посещения - Широта услуг

Провели анализ клиентской базы, выявив сегменты с высоким потенциалом. Разработали карту пути пациента, устранив барьеры на этапах записи и лечения.

Оптимизировали процессы маркетинга, продаж и медицинских служб.

Внедрили аналитические дашборды для управления.

Обучили персонал работе с пациентами, что позволило увеличить закрытие плана лечения на 39,44 п.п., конверсию во 2-е посещение на 12 п.п. и в 3-е на 17 п.п.



Наши кейсы: перестроение коммерческой функции для поставщика медицинского оборудования

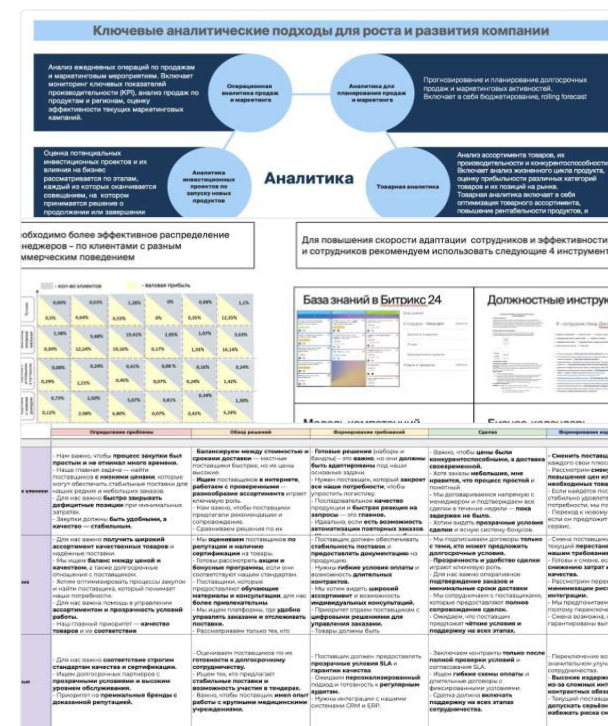
Рынок стоматологических расходников достиг зрелой стадии: клиники выбирают не продукт, а сервис, удобство и отношения. Мы провели исследование и разработали маркетинговую стратегию для дистрибьютора медоборудования и расходников, чтобы перестроить его коммерческую функцию под новые реалии.

Ключевые инсайты:

- клиники выбирают поставщика ежемесячно: 80–90% расходников взаимозаменяемы, побеждает тот, кто ближе и удобнее;
- отсутствие персонального менеджера, задержки в логистике и непрозрачные условия — главные причины смены поставщика;
- лояльность требует программ бонусов, аналитики закупок и цифрового комфорта (личный кабинет, интеграция с 1С).

Что мы сделали:

- перестроили процессы: от логистики до коммуникации, сделав их прозрачными и предсказуемыми;
- разработали систему удержания: внедрили программу лояльности и аналитику поведения клиентов;
- обучили менеджеров работать как консультанты, помогая клиникам оптимизировать закупки;
- Результат: дистрибьютор укрепил позиции, повысив лояльность клиник за счет удобства и сервиса.





Начнем с анализа вашего бизнеса

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

Проанализируем путь клиентов

Выявим узкие места в процессе взаимодействия с пациентами или партнерами

Определим потребности

Изучим ключевые потребности пациентов или партнеров для создания персонализированных предложений

Оценим потенциал роста

Проанализируем возможности увеличения выручки на основе данных

Запишитесь на диагностику. Свяжитесь с нами для анализа вашего бизнеса: <https://paper-planes.ru/industries/medical> →

Email: info@paper-planes.ru | Telegram: [@paper_planes_agency](https://t.me/paper_planes_agency) | Телефон: +7 (495) 118-07-46





Корпоративное обучение от экспертов Paper Planes



Стратегическая сессия

Вам необходимо сформировать вектор развития компании, декомпозировать стратегию собственника до подразделений, добиться прозрачности между отделами, определить KPI/OKR.



Корпоративное обучение

Вам необходимо освоить новую или улучшить текущую компетенцию внутри отделов маркетинга, продаж или HR. Мы формируем индивидуальные программы с теоретическими + практическими занятиями от меня и моих коллег.



Индивидуальная консультация

Если вы пока не готовы к полноценному проекту, то можете начать с персональной консультации. Подходит для тех, кто хочет быстро взглянуть на свой бизнес со стороны и получить верхнеуровневый план действий.

Свяжитесь с нами, чтобы **обсудить корпоративное обучение для вас и вашей компании**

<https://t.me/pakalexander>



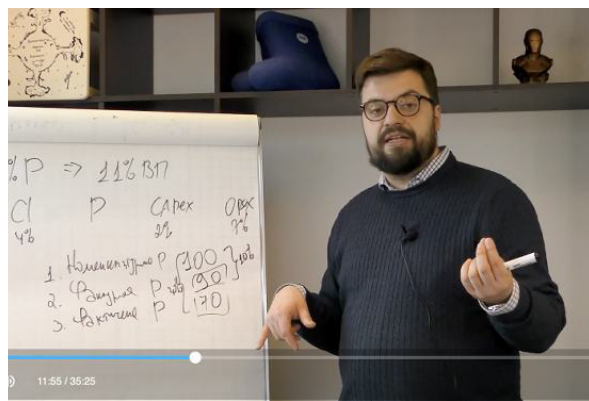


Образовательные курсы Академии Ильи Балахнина



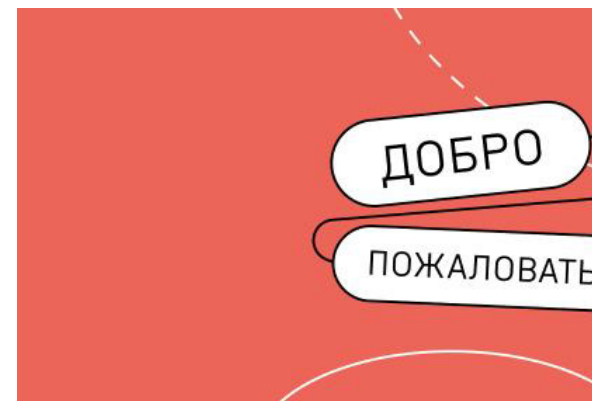
Маркетинг на основе данных

Увеличьте прибыль компании и постройте работу коммерческого отдела с опорой на цифры



Продажи на основе данных

Освойте подходы к продажам на основе данных: сегментация, персонализация, воронки, CRM и работа с крупными клиентами.



Маркетинг в HR

Научитесь сокращать стоимость найма и время адаптации сотрудников, оптимизировать процессы обучения, оценки и удержания на основе данных

Свяжитесь с нами, **мы поможем**
подобрать курсы для вас или вашей
компании

https://t.me/ibalahnin_academy





Paper Planes

Агентство, которое знает, что дальше

Paper Planes: стратегические решения для роста выручки
и управляемости клиник, салонов и поставщиков оборудования.

КОНТАКТЫ

Адрес

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

Телефон и Telegram

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

Email и сайт

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

