



# SWOT-анализ КЛИНИКИ

**ПОШАГОВЫЙ ГАЙД**

# Шаг 1. Составляем список факторов успеха клиники на рынке

Напишите все факторы, которые, на ваш взгляд, влияют на успех клиники на рынке.

Далее выделите факторы по приоритетности:

- Красным – оказывают сильное влияние на прибыль.
- Синим – средняя сила влияния.
- Зеленым – слабая сила влияния.

## **Пример:**

1. **Квалификация медицинского персонала**
2. **Квалификация административного аппарата (управляющие, менеджеры, администраторы и т.д.)**
3. **Технологическое оснащение**
4. **Ценовая политика**
5. **Месторасположение**
6. **Уровень сервиса**
7. **Узнаваемость бренда клиники**
8. **Уровень лояльности**
9. **Штатные врачи**
10. **Наличие уникальных услуг**
11. **Комплексность услуг**
12. **Ассортимент услуг**
13. **Уровень расходов**
14. **Маркетинговый бюджет**
15. **Маркетинговая активность и методы продвижения**
16. **Высокий уровень свободных оборотных средств**
17. **Соотношение цена-качество**

## Шаг 2. Определяем сильные и слабые стороны клиники

1. Создайте вот такую табличку:

Факторы успеха	Ваша клиника	Клиника А	Клиника В	Клиника С

2. В колонку «Факторы успеха» занесите факторы, выделенные красным цветом. В колонках «Ваша клиника» и конкуренты опишите кратко состояние этих факторов. Оцените преимущества своей клиники и конкурентов, поставив от одного до трех «+». Аналогично с недостатками, только ставить нужно «-». **Пример:**

Факторы успеха	Ваша клиника	Клиника А	Клиника В	Клиника С
1. Квалификация медперсонала	В штате работает несколько к.м.н. Есть врач-генетик-уникальный врач для данного рынка <b>++</b>	В штате молодые врачи с небольшим опытом работы. Один кандидат наук. <b>-</b>	В штате врачи с большим опытом работы. Есть оперирующие специалисты <b>++</b>	В штате врачи с большим опытом работы. Кандидатов нет <b>+</b>
2. Квалификация административного аппарата	Администраторы с высшим образованием. Хороший уровень владения компьютером. Есть администраторы с опытом работы в премиум-сегменте. <b>++</b>	Информация закрыта, но опыт общения позволяет сделать вывод о хорошей подготовке администраторов <b>+</b>	Информация закрыта, но опыт общения позволяет сделать вывод о низком уровне знаний медицинских услуг. <b>-</b>	Информация закрыта, но опыт общения позволяет сделать вывод о хорошей подготовке администраторов <b>+</b>
3. Профессиональное развитие персонала	За свое развитие сотрудники отвечают сами. Обучение только за собственный счет <b>-</b>	Нет информации <b>-</b>	Наличие учебного центра для медицинского и административного аппарата <b>+</b>	Наличие учебного центра для медицинского и административного аппарата. Фото в социальных сетях свидетельствуют о различных обучающих мероприятиях. <b>++</b>
4. Технологическое оснащение	Дентальный микроскоп, лечение зубов во сне, эндоскопическое оборудование <b>+</b>	Нет преимуществ <b>-</b>	Операционный блок, эндоскопическое оборудование, детский стационар, рентген-отделение <b>++</b>	Нет преимуществ <b>-</b>

## Шаг 3. Определение угроз и возможностей для клиники

Чтобы быстро найти возможности и угрозы для SWOT анализа, ответьте на следующие вопросы:

1. Благодаря каким факторам могут вырасти продажи медицинских услуг и прибыль?
2. Какие тенденции и изменения рынка, потребностей целевой аудитории, государственного и правового регулирования рынка, экономической ситуации в стране могут снизить продажи и прибыль ?

***Давайте рассмотрим пример угроз и возможностей для детской многопрофильной клиники.***

Угрозы	Возможности
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Снижение рождаемости в связи с кризисом</li><li>2. Высокий уровень безработицы среди трудоспособного населения</li><li>3. Рост цен на продукты, бытовые товары, ком. услуги</li><li>4. Низкие темпы роста з/п</li><li>5. Рост цен на расходные материалы, медицинское оборудование</li><li>6. Рост конкуренции. Появление на рынке крупной сетевой клиники.</li><li>7. Ужесточение требований к педиатрическим клиникам</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Рост рождаемости</li><li>2. Появление новых рабочих мест</li><li>3. Стабилизация цен</li><li>4. Расширение спектра услуг. Введение в ассортимент уникальных услуг</li><li>5.Выход на новый рынок.Открытие клиники в другом городе.</li><li>6. Выход на оптовую компанию с более низкими ценами</li><li>7. Сокращение расходов за счет автоматизации бизнес-процессов</li><li>8. Ослабление регулирования отрасли со стороны государства</li></ol>

## Шаг 4. Составляем таблицу SWOT-АНАЛИЗА

На этом этапе нам необходимо структурировать всю собранную информацию. Для этого мы занесем все найденные факторы в таблицу в порядке убывания важности. В сектор «Сильные стороны» переносим факторы со знаком «+». В сектор «Слабые стороны» со знаком «-». Также в порядке убывания важности. То есть вы должны определить, что в большей степени влияет на прибыль клиники, а что в меньшей.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Квалификация медперсонала</li><li>2. Квалификация административного аппарата</li><li>3. Технологическое оснащение</li><li>4. Уровень сервиса</li><li>5. Уровень лояльности</li><li>6. Наличие уникальных услуг</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Профессиональное развитие персонала</li><li>2. Маркетинговая активность</li><li>3. Месторасположение</li><li>4. Ценовая политика</li></ol>
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Рост рождаемости</li><li>2. Рост покупательской способности</li><li>3. Стабилизация цен</li><li>4. Выход на новый рынок</li><li>5. Расширение спектра услуг. Вывод на рынок уникальной услуги</li><li>6. Выход на новых поставщиков с более низкими ценами</li><li>7. Снижение расходов за счет автоматизации-бизнес процессов</li><li>8. Ослабление требований к детским клиникам</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Значительное снижение рождаемости</li><li>2. Высокий уровень безработицы</li><li>3. Снижение покупательской способности</li><li>4. Рост цен на расходные материалы</li><li>5. Появление известной крупной клиник</li><li>6. Ужесточение требований к детским клиникам</li></ol>

## Шаг 5. Подготовка выводов SWOT-АНАЛИЗА

На этом этапе ответьте на нижеприведенные вопросы. Ответы вам подскажут направление дальнейших действий.

### Вопросы:

#### 1. Взгляните еще раз на свои сильные стороны и решите, какое преимущество может стать основным?

**Ответ:** медперсонал без привязки к конкретным личностям. Выбор в пользу этого преимущества был сделан по нескольким причинам: 1. Качество медицинской услуги зависит прежде всего от врача. Пациент сможет проникнуться доверием к клинике, если будет уверен, что тут работают первоклассные врачи. Пациент первично думает о специалисте и только потом о технологическом оснащении. 2. Именно медперсонал стал одной из самых сильных сторон клиники 3. В клинике не работают совместители 4. В штате есть врачи редких специальностей (уникально для рынка, где работает клиника) 5. Направление на консолидацию в клинике лучших специалистов 6. Курс на тесное взаимодействие врачей разных специальностей при оказании помощи пациенту.

#### 2. Опишите способы развития возможностей компании за счет сильных сторон продукта

**Ответ:** Медперсонал, солидное технологическое оснащение, хороший уровень сервиса и стабильный рост лояльности пациентов указывают на большой потенциал клиники. Настройка всех бизнес-процессов, в т.ч. Их автоматизация в совокупности с преимуществами позволит клинике выйти на новые рынки. Высокий уровень квалификации административного персонала позволит быстро ввести интегрированные системы управления клиникой и отношениями с пациентами

#### 3. Опишите, каким образом можно преобразовать слабые стороны в сильные?

**Ответ:** 1. **Ценовая политика.** Цены в клинике самые высокие на рынке, но в сфере медицинских услуг конкуренция по цене не работает. Пациент не придает значения цене при виде весомой ценности услуги. Поэтому эта слабая сторона может стать сильной, если инвестировать ресурсы в маркетинговое продвижение и в обучение продажам администраторов и врачей. 2. **Маркетинговая активность.** Постоянная текучка среди специалистов по продвижению. Отсутствует стратегия и тактика продвижения, мероприятия проводятся стихийно. Эта часть может стать сильной стороной, если маркетинговую деятельность начать планировать и выстраивать программу продвижения на основе анализа. 3. **Профессиональное развитие персонала.** Создать учебные центры для администраторов и врачей. Обязать к посещению необходимых мероприятий, продумать систему компенсации расходов.

#### 4. Опишите, каким образом можно преобразовать угрозы в возможности для роста?

**Ответ:** 1. **Появление крупной клиники на рынке.** Масштаб нового конкурента означает, что в интернете уже много негативной информации о клинике. Значит мы можем сделать ставку на усиление сервиса и позитивной репутации в онлайн и оффлайн среде. 2. **Снижение рождаемости.** Эта угрозу невозможно компенсировать. 3. **Снижение покупательской способности.** Это значит, что люди не готовы тратить деньги на вещи и услуги не первой необходимости. А профилактика здоровья в нашей стране пока не является первой необходимостью, поэтому неизбежны различные стимулирующие мероприятия. В этот период может упасть прибыль клиники, но зато вырастет узнаваемость, известность и лояльность к бренду, что скажется позитивно на прибыли в перспективе.

5. **Каким образом в короткий срок реализовать возможности и нейтрализовать угрозы?** Разработать систему регулярного совершенствования сервиса и профессионального развития сотрудников. Стандартизировать и автоматизировать бизнес-процессы. Разработать программу внедрения с указанием сроков реализации и необходимых ресурсов. Заложить время на «обкатку» нововведений, параллельно начать сбор информации о новом рынке, провести анализ и составить прогноз перспектив для новой клиники.

**Желаем вам правильных решений! ;)**