



**ПРОЕКТНАЯ РАБОТА ПО ТЕМЕ:
«МЕДИЦИНСКАЯ АССОЦИАЦИЯ
«ЭРА».**

**Выполнила: студентка
1 курса МЗ-11
Кузнецова Алёна**

НОЧУ ВПО «ЛИУ» - 2012

СОДЕРЖАНИЕ.

- Стоматология «Эра» в Воронеже и Липецке
- Медицинская ассоциация «Эра» и отрасль, в которой она занята.
- Оказываемые услуги.
- Конкуренция на Липецком рынке.
- Анализ социологического исследования.
- SWOT – Анализ
- Вывод.



СТОМАТОЛОГИЯ «ЭРА» В ВОРОНЕЖЕ И ЛИПЕЦКЕ

- Медицинская ассоциация «Эра» уже давно зарекомендовала себя как стабильная и успешно развивающаяся компания. Ее история началась с открытия первой клиники в 1991 году, и в настоящее время Стоматология «Эра» в Воронеже и Липецке включает в себя 9 стоматологических клиник. Кроме того, в состав Медицинской ассоциации «Эра» входят зуботехническая лаборатория «Дент-Лайн» и «Центр косметологии».



МЕДИЦИНСКАЯ АССОЦИАЦИЯ «ЭРА» И ОТРАСЛЬ, В КОТОРОЙ ОНА ЗАНЯТА:

Показатель	Характеристика показателя
Организационно-правовая форма предприятия	Общество с ограниченной ответственностью
Отрасль, в которой занята организация	Стоматология
Место регистрации предприятия	Единый телефонный номер: +7 (473) 261-97-19 Наши клиники в Липецке: <u>пр-т Победы, 4</u> _ телефон: +7 (4742) 22-22-26 <u>ул. Космонавтов, 106</u> _ телефон: +7 (4742) 33-33-55
Дата начала функционирования предприятия	1991 г.
Календарный план работы	Ежедневно: с 9 до 19 часов.



СТОМАТОЛОГИЯ «ЭРА» ОКАЗЫВАЕТ УСЛУГИ:

- Гигиена
- Детская стоматология
- Имплантология
- Исправление прикуса
- Компьютерная визиография
- Компьютерный имиджинг улыбки
- Ортопедия
- Отбеливание
- Пародонтология
- Рентгенография
- Сложное протезирование
- Терапия
- Хирургия
- Эстетическая стоматология



КОНКУРЕНЦИЯ НА ЛИПЕЦКОМ РЫНКЕ:

Конкурент	Сильные стороны конкурента	Слабые стороны конкурента
Стоматологическая клиника «Стоматолог» создана в г. Липецке в 2003 году.	Высокий профессионализм, современное оборудование, уютная доброжелательная обстановка и чуткое индивидуальное отношение.	Дорогостоящее лечение и консультирование.
Стоматология «МастерДент-Л»	Гарантия на результат лечения и протезирования зубов, имеются современные средства компьютерной и рентгенографической диагностики, бесплатная консультация	-



Стоматологическая клиника «ПрофиДент» создана в 2004 году

Профессиональный подход, новейшее оборудование и современная методика лечения доступны по приемлемым ценам, действует гибкая система скидок на все виды услуг стоматологической клиники.

Несмотря на имеющуюся систему скидок довольно дорогостоящее лечение:
лечение неосложненного кариеса зуба - от 2000 руб.
лечение осложненного кариеса зуба - от 3000 руб.
удаление зуба - от 1000 руб.

Медицинский центр «МЕДЭРА» открылась в 2011 году

Медицинский центр «МЕДЭРА» гарантирует профессиональный подход и внимательное отношение к каждому клиенту.
Приемлемые цены:
Лечение среднего кариеса – от 900 руб.
Лечение глубокого кариеса – от 1200 руб.

Сравнительно недавно находится на липецком рынке, молодая организация.

**ПРОВОДИЛОСЬ АНКЕТИРОВАНИЕ С ЦЕЛЬЮ ВЫЯВИТЬ ПРЕДПОЧТЕНИЯ,
НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ УСЛУГИ.**

□ Анкета пациента стоматологической клиники

1. Укажите свой пол: _____

2. Укажите свой возраст: _____

3. Укажите свое социальное положение:

- рабочий
- специалист со средним образованием
- специалист с высшим образованием
- предприниматель
- безработный
- учащийся вуза

4. Как часто Вы пользуетесь платными услугами стоматологических клиник?

- очень редко
- раз в год
- раз в полгода
- раз в 3 месяца
- гораздо чаще



5. Какими услугами Вы пользуетесь чаще?

- ДЕТСКАЯ СТОМАТОЛОГИЯ
- ИМПЛАНТОЛОГИЯ
- ОТБЕЛИВАНИЕ
- ЭСТЕТИЧЕСКАЯ СТОМАТОЛОГИЯ
- ДРУГОЙ ВАРИАНТ:

6. Какую информацию Вы бы хотели получить во время телефонного разговора с администратором при записи на прием:

- ПЕРЕЧЕНЬ УСЛУГ
 - ЦЕНЫ НА УСЛУГИ
 - ВРЕМЯ ПРИЕМА КЛИНИКИ
 - СХЕМУ ПРОЕЗДА В КЛИНИКУ
 - СВОЙ ВАРИАНТ: _____
-

7. Хотели бы Вы получить возможность записи на прием по интернету на сайте клиники?:

- ДА
- НЕТ
- НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ

8. Ваши личные пожелания или предложения для возможного улучшения обслуживания клиники: _____



РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ.

- Анкетирование было проведено среди студентов ЛИУ средний возраст которых 17-40 лет. Было опрошено 20 студентов.
- На вопрос: «Как часто Вы пользуетесь платными услугами стоматологических клиник?» – большинство респондентов ответили «очень редко» - 8 человек и «раз в год» – 8 человек, остальные 4 – посещают «раз в полгода».
- На вопрос: «Какими услугами Вы пользуетесь чаще?» - 12 человек ответили – «эстетическая стоматология», 8 человек – «отбеливание».
- На вопрос: «Хотели бы Вы получить возможность записи на прием по интернету на сайте клиники?» - большинство респондентов, в количестве 12 человек ответили – «да», 6 человек – «не имеет значения», 2 – «не хотели бы».
- Таким образом, в результате проведенного опроса выяснилось, что большинство респондентов, посещают стоматолога раз в год или реже. Огромное количество граждан обращается к врачу только тогда, когда боль становится невыносимой. Причин может быть много: дорогостоящее лечение, некачественное лечение, недостаточность информации о получаемых услугах. Поэтому стратегией поведения должно быть привлечение внимания потенциальных клиентов, с помощью рекламы в СМИ, интернете и других источниках. Также привлечению способствует высокая квалификация персонала клиники, система скидок на услуги, возможное предоставление оплаты в кредит, предоставление как можно больше информации об услугах, гарантия на услуги.



SWOT - АНАЛИЗ

Преимущества	Недостатки
<p>В клиниках Медицинской ассоциации «Эра» используются все новейшие достижения в стоматологии. Пациенты могут получить полноценную стоматологическую помощь: от консультации и диагностики до комплексного лечения и протезирования. Немаловажным достоинством является наличие собственной зуботехнической лаборатории, которая обеспечивает быстрое и точное изготовление конструкций для протезирования.</p>	<p>Отсутствие рекламы на телевидении, небольшое число клиник в Липецке (всего две), отсутствие системы скидок, так называемые периоды спада посещения стоматологической клиники (время отпусков, праздников).</p>
Возможности	Угрозы
<p>Расширение сети клиник, повышение уровня обслуживания, привлечение клиентов с помощью рекламы, введение системы скидок постоянным клиентам.</p>	<p>Жесткая конкуренция, возможное появление сети новых стоматологических клиник.</p>



Вывод

- Таким образом, в результате проведенного исследования можно дать следующие рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия :
- Руководству клиники необходимо рассмотреть вопрос о внедрении дисконтной программы с предоставлением системы накопительных скидок в зависимости от общей суммы всех оплаченных услуг. Это позволит как удержать старых пациентов, так и привлечь новых при проведении соответствующей рекламной компании и информировании населения о данной возможности. Кроме того, можно использовать стратегию неокругленных цен, при которой у пациента возникает большее доверие к клинике.
- В периоды так называемых спадов посещения стоматологической клиники (время отпусков, праздников), когда пациенты в основном обращаются только с острой зубной болью, целесообразно рассмотреть вопрос о проведении рекламных акций, например, при заказе одной услуги – вторая оказывается бесплатно, или со значительными скидками. Причем информировать население необходимо до начала проведения акции, чтобы потенциальные пациенты смогли заранее спланировать посещение стоматологической клиники и приобрести там услугу со скидкой.



- Рынок стоматологических услуг города Липецка достаточно насыщен предложением, поэтому для того, чтобы имя клиники было у всех на слуху, и при появлении срочной необходимости посетить кабинет стоматологического врача у населения возникала ассоциация с именем клиники, рекламные мероприятия необходимо проводить регулярно, охватывая все районы города.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
БУДЬТЕ ЗДОРОВЫ!

