

«До UDS я долго искала инструменты для того, чтобы пациенты могли с выгодой для себя приобретать наши услуги и при этом не обесценивать их и не ущемлять интересы бизнеса. Любой бизнес открывается, чтоб стать прибыльным. С UDS у меня появилась такая возможность».

Владелец:

Маленкова Ирина

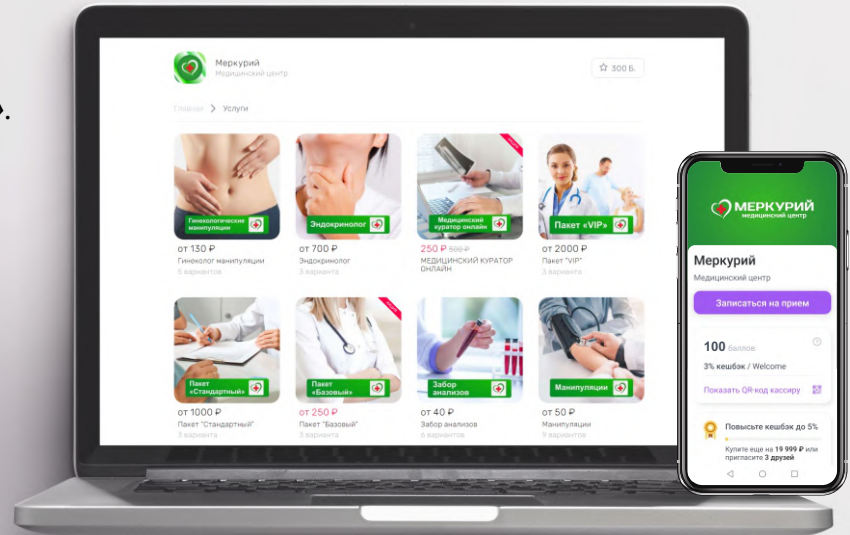
Дата запуска UDS:

август 2020

Дата информации:

07.01.2022

Специалист по внедрению:
консалтинговая компания «РВС-Бизнес»
с участием партнера GIS
Вороновой Ирины



О КОМПАНИИ



Медицинский центр «Меркурий» работает в городе Ачинске Красноярского края с 2009 года
Численность жителей города – 105 тыс. чел.
Формат: уютный медцентр в шаговой доступности

Основные направления деятельности медицинского центра «Меркурий»:

- ✓ профилактика и лечение заболеваний
- ✓ врачебные консультации
- ✓ лабораторная диагностика
- ✓ услуги процедурного кабинета
- ✓ информационное сопровождение куратора по медицинским вопросам
- ✓ вызов специалиста на дом для забора анализов и выполнения инъекций



mercuriy-med.rf

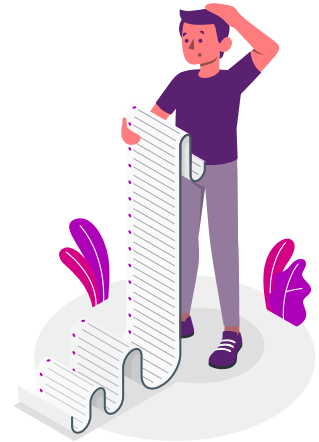


[mercuriy_med](https://www.instagram.com/mercuriy_med)

ууаи6067

ДО ВНЕДРЕНИЯ UDS

1. Отсутствие оцифрованной клиентской базы и CRM-системы.
2. Отсутствие прямого канала связи с клиентами.
3. Отсутствие системы мотивации персонала.
4. Отсутствие аналитики покупательской активности.
5. Отсутствие системы лояльности и дисконтных карт
6. Отсутствие регулярных акций и активностей с клиентами
7. Маркетинговые затраты: высокие (в среднем за год- 96 000 руб.), не позволяли определить их эффективность

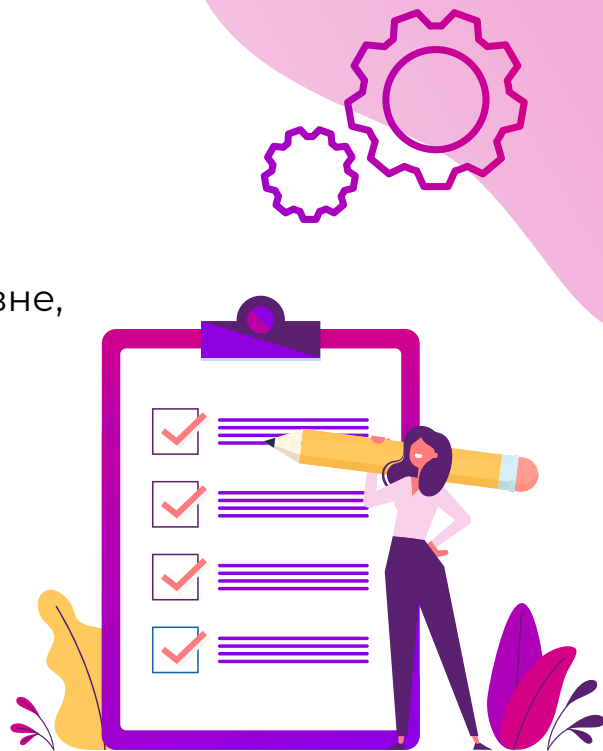


ЗАДАЧИ

1. Оцифровка клиентской базы, определение портрета клиента.
2. Создание устойчивого канала двусторонней коммуникации с клиентами (желательно бесплатно).
3. Сбор обратной связи по качеству обслуживания.
4. Введение понятной и прозрачной для персонала системы оценки KPI.
5. Постоянный автоматический сбор статистических данных для оперативного учета фактических показателей в бизнесе.
6. Создание программы лояльности для вовлечения клиента в долгосрочные отношения.
7. Привлечение новых клиентов через рекомендации довольных пациентов.
8. Расширение перечня услуг без дополнительной рекламы.
9. Сократить расходы на рекламу.

РЕАЛИЗАЦИЯ

1. Приветственные бонусы – 100 баллов.
2. Накопительный cashback – от 3% до 10%.
3. «Наша благодарность»
за рекомендации = 100 баллов
при первом визите друга + 3% на 1-м уровне,
+ 1% на 2-м уровне,
+ 1% на 3-м уровне рекомендаций.
4. Списание суммы чека баллами – до 50%
5. Срок действия бонусов – 12 месяцев
с момента последней оплаты.
6. Баллы в день рождения – 200 баллов
за 5 дней до события.
7. Вознаграждение кассиров – 0,5%
с чека в UDS, скорректированное
на % KPI (количество выданных карт).



Узнайте больше о UDS для вашего бизнеса: uds.app



РЕЗУЛЬТАТЫ В ПЕРИОД С АВГУСТА 2020 ПО ЯНВАРЬ 2022

1. Оцифровано клиентов **2809**. Из них являются пациентами **2562 (91 %)**, то есть получили карту в момент визита в медцентр.
2. Копят бонусы по номеру телефона без приложения **1202** клиентов (**42,8 %**)
3. Постоянные клиенты, которые не совершили еще покупки – **14,5 %**, совершили лишь 1 визит – **29 %** клиентов и принесли бизнесу **39,9%** выручки, клиенты, совершившие **2-3** визита – **37,5 %** от всех клиентов – принесли **31,8%** выручки; постоянные клиенты, которые **4-10** визитов составляют **15,3 %** от клиентской базы – принесли **22,6%** выручки; совершившие **11-45** визитов – **2,8 %** всех клиентов – принесли **5,6%** от общего товарооборота в кассу.
4. Количество операций в программе (чеков через UDS) – **5386**. Столько раз воспользовались бонусными картами клиенты.
5. Фактическая скидка за весь период – **2%**. При этом суммарное значение в настройках **17%**. Прямая скидка составила бы более **5%**.
6. Глубина рекомендаций – **5** поколения. Продажи есть на трех уровнях. Общее количество клиентов по рекомендациям **99**. Из них: пациентами стали **35** человек (конверсия в покупку **35,3 %**. Фактически, каждый третий, пришедший по рекомендации, становится пациентом медицинского центра.
7. Собрано **490** оценок качества обслуживания, средняя оценка **5/5**.
8. Удалось посчитать трафик из Instagram – он составил **16 910 руб.**



Общий профит от использования программы UDS составил 1 435 984 руб.

ЭКОНОМИЯ

- на выпуске карт и приобретении картридера – **43 090 руб.**
- на разработке собственного мобильного приложения **540 000 руб.**
- на смс-рассылках – **84 000 руб.**
- на выпуске сертификатов и их печати **20 480 руб.**
- на рекламе **96 660 руб.**
- на прямой скидке – **310 696.51 руб.**

ЭКОНОМИКА ЗАТРАТ

- бюджет на приобретение UDS, внедрение + 2-мес. сопровождение специалистами – **124 900 руб.**
- бюджет на программу лояльности – **143 276 руб.** (раздали бонусы клиентам)
- на акции по сертификатам – **11 400 руб.**
- на мотивационную систему сотрудников (премии): **34 000 руб.**

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ПРОФИТ

- трафик платформы UDS – **492 637 руб.**
- рекомендация клиентов – **51990 руб.**
- применение сертификатов – **97 767 руб.**
- использование баннера на платформе UDS – **12 240 руб.**

ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

1. Принято решение внедрять систему только силами профессиональных внедренцев.
2. Введена строгая дисциплина 100% транзакций через UDS. Покупки пациентов без приложения регистрируются в системе по номеру телефона.
3. Максимальное использование функционала программы на тарифе PRO (визуальное оформление приложения, настройки бонусной программы, автоответы, галерея услуг, push).
4. Персонал получил обучение по основным блокам: программа лояльности, технические вопросы, скрипты и речевые конструкции.
5. Выполнено локальное брендинг помещения медцентра (тейблтенты, листовки и плакаты с уникальным промокодом, буклеты с инструкцией об авторизации в программе лояльности).
6. В социальных сетях и приложении UDS предусмотрено оповещение клиентов о программе лояльности.
7. Сопровождение и консультирование клиента проводилось в течение 3 месяцев компанией «РВС-Бизнес». Сопровождение клиента в постпродажный период осуществляется партнером. Промежуточные результаты с момента старта и до настоящего времени отслеживаются и передаются клиенту.
8. На платформе UDS размещался рекламный баннер.
9. Для усиления покупательской активности применялись краткосрочные электронные сертификаты.

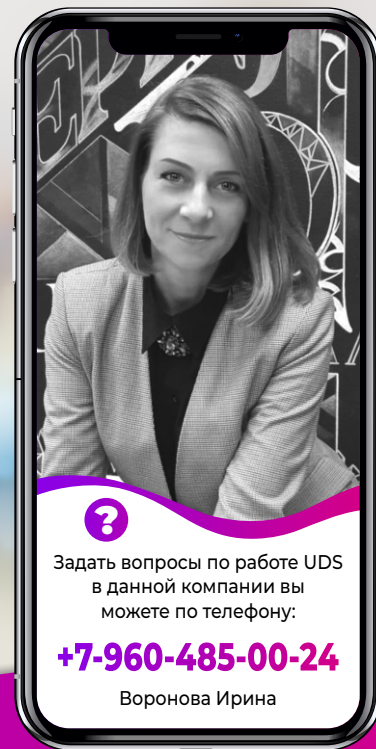
РАЗВИТИЕ



uds

ПЛАНЫ ПО ДАЛЬНЕЙШЕМУ РАЗВИТИЮ

1. Развивать текущую клиентскую базу за счет стимулирования рекомендаций.
2. Использовать регулярные рассылки push-уведомлений с анонсированием акций и событий, разъяснением выгод программы лояльности.
3. Проводить различные конкурсы и иные активности в социальных сетях.
4. Развивать онлайн-заказы через приложение и дистанционное оказание услуг (телемедицина).
5. Использовать кросс-маркетинг с компаниями своего города.



uds



РВСБИЗНЕС