

**ПОРТФОЛИО  
КЕЙСОВ**

**uds**

«С помощью программы ЮДС мы запустили программу лояльности для пациентов МЦ «ЛЮКС». Это огромный плюс для всех. А еще статистика ЮДС позволяет анализировать и двигаться вперед».

**Генеральный директор:**  
Мышкина Ирина Анатольевна



г. Рязань



**МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР**



**Внедрение:**  
Воронова Ирина  
Консалтинговая компания «РВС-Бизнес»

**Дата запуска UDS:**  
26.09.2021

**Дата информации:**  
31.12.2023

# О КОМПАНИИ

Медицинский центр «ЛЮКС» входит в состав крупнейшей сети многопрофильных медицинских центров. Работает в городе Рязани с апреля 2021 года. Численность жителей города – 523 тыс. чел.

Формат – медицинский центр широкого профиля: диагностика и лечение. Применение высокоточного, экспертного сертифицированного оборудования

Основные услуги медцентра «Люкс»:  
МРТ, УЗИ, ЭКГ, холтер, прием анализов

Особенностью центра является: возможность пройти сразу несколько обследований в течение одного дня, так как в медцентре принимают несколько востребованных специалистов (невролог, уролог, ЛОР, гинеколог и другие)



medcentr\_lux



клиника-мрт-люкс.рф



dfqe7800





- Медицинский центр только открылся, поэтому нет никаких данных о клиентской активности и величине среднего чека.
- Отсутствие CRM-системы и оцифрованной клиентской базы.
- Отсутствие прямого канала связи с клиентами.
- Для стимулирования покупательского спроса было организовано несколько акций на различные услуги.












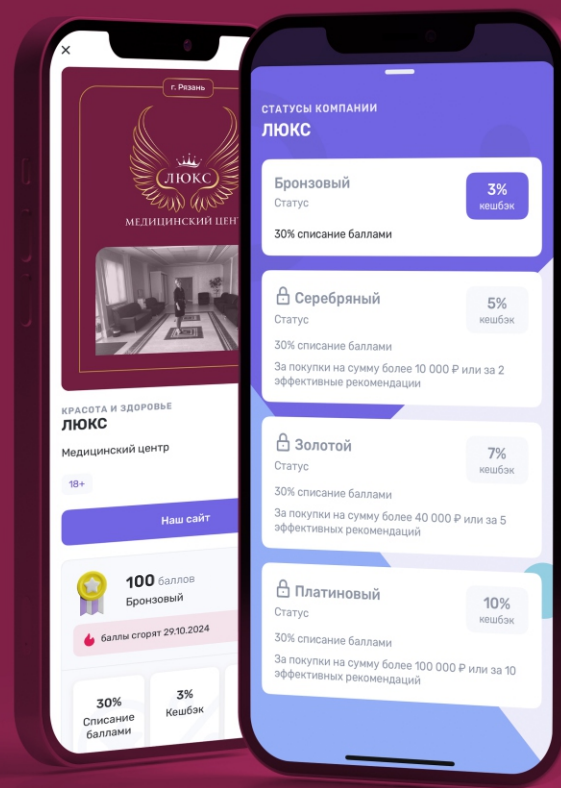
## ЗАДАЧИ

- ✔ Оцифровать клиентскую базу для решения маркетинговых вопросов и формирование прибыли компании.
- ✔ Создание системы лояльности для клиентов.
- ✔ Создание реферального маркетинга и запуск цифрового «сарафанного радио».
- ✔ Создание практики семейного лечения в медицинском центре «Люкс».
- ✔ Увеличить лояльность клиентов через работу с обратной связью, собранную механикой получения оценок и отзывов клиентов после покупки.

## ОСОБЕННОСТИ

1. Одновременно с настройкой и внедрением UDS в медцентре осуществлялся набор медицинского и административного персонала для клиники.
2. В связи с отсутствием собственных статистических данных и показателей определение бонусной программы произведено расчетным способом.
3. У клиентов, использовавших электронные сертификаты, сумма среднего чека выше на 14%, чем у остальных клиентов.

-  Приветственные бонусы – 100 баллов
-  Накопительный cashback – от 3% до 10%
-  «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
-  списание суммы чека баллами – до 30%
-  Срок действия бонусов – 12 месяцев с момента последней оплаты. Каждый чек продлевает сохранность бонусов
-  Баллы в день рождения – 500 баллов за 7 дней до события
-  Накопленные бонусы можно подарить близким или друзьям. Для этого клиенту необходимо указать, какое количество бонусов с его баланса списать и кому отдать. Перенос бонусов выполняет администратор
-  Вознаграждение администраторов KPI за оцифрованных клиентов
-  Создание категории товары за баллы для возможности оплаты баллами 100%



Подробности в приложении 

# РЕЗУЛЬТАТ ЗА ПЕРИОД РАБОТЫ С UDS

- ✔ Оцифровано клиентов **25 760**. Из них являются покупателями **23 918** (89%), то есть получили карту клиники
- ✔ Копят бонусы по номеру телефона без приложения **1 842** клиента (7,15%)
- ✔ Фактическая скидка за весь период **4,77 %**. При этом суммарное значение в настройках – **17%**. Прямая скидка составила бы более **5%**
- ✔ Глубина рекомендаций – **4** поколений. Продажи есть на первых трех
- ✔ Выручка от клиентов по рекомендации – всего **538 395** руб. При этом у **17%** клиентов, пришедших по рекомендации, уже было по **2** визита. Общая конверсия в покупку – **38%**
- ✔ Трафик из приложения UDS принес выручку порядка **1 800 000 Р**
- ✔ Оценки о качестве обслуживания оставляет каждый **4** пациент. Собрано **7 025** оценок качества обслуживания, средняя оценка – **4,9/5**
- ✔ Доля лояльных клиентов, совершивших 4 и более визита, составила **13%** от всей клиентской базы, они принесли **36%** от всей выручки
- ✔ Клиенты, которых удалось оцифровать через полиграфическую продукцию, принесли дополнительно выручки **1 207 249 Р**

Специалист по внедрению  
Ирина Воронова

Консалтинговая компания  
«РВС-Бизнес»

+7 960 485 00 24



Общий профит составил

**10 184 760 Р**

## ЭКОНОМИЯ

на выпуске дисконтных карт  
и приобретении картридера – 384 265 Р  
на разработке собственного мобильного  
приложения – 250 000 Р  
на смс-рассылках – 3, 19 млн Р  
на прямой скидке – 5, 344 млн Р  
на выпуске сертификатов – 272 900 Р

**Итого: 9 441 165 Р**

## ЗАТРАТЫ

бюджет на приобретение UDS  
и внедрение специалистами – 144 750 Р  
бюджет на программу лояльности – 5 344 076  
(потрачено бонусов)  
на бонусы по сертификатам – 445 128 Р

**Итого затрат: 5 933 954 Р**

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ПРОФИТ

трафик платформы UDS – 1,8 млн Р  
выручка от клиентов по рекомендации – 538 395 Р  
рекламные баннеры от GIS на платформе – 393 711 Р  
трафик через полиграфию – 1 207 249 Р  
сумма выручки, полученная с применением  
сертификатов, – 2 738 194 Р

**Итого профит: 6 677 549 Р**



# ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

- Настройка системы UDS силами профессиональных внедренцев при запуске работы медицинского центра
- Персонал получил обучение по основным блокам: программа лояльности, технические вопросы, скрипты и речевые конструкции. Обучение и аттестация административного персонала работе с системой
- Настроена и применена мотивация персонала
- Введена строгая дисциплина 100% транзакций через UDS
- Максимальное использование функционала программы на тарифе PRO (визуальное оформление приложения, настройки бонусной программы, автоответы, галерея услуг, push)
- Выполнено локальное брендрование помещения клиники (оформление зоны регистратора, тейбл-тенты, наклейки и буклеты с инструкцией об авторизации в программе лояльности с уникальным промокодом)
- В социальных сетях, на сайте и в приложении UDS предусмотрено информирование клиентов о программе лояльности, акциях и проводимых активностях
- Проводится выпуск сертификатов с длительным сроком действия (до 100 дней)



# ПЛАНЫ ПО ДАЛЬНЕЙШЕМУ РАЗВИТИЮ



Развивать текущую клиентскую базу за счет стимулирования рекомендаций



Использовать регулярные рассылки push-уведомлений с анонсированием акций и событий, разъяснением выгод программы лояльности



Проводить различные конкурсы и иные активности в социальных сетях



Использовать кросс-маркетинг с компаниями своего города



Развивать интернет-заказы для расширения перечня медицинских услуг, в том числе удаленно и с выездом на дом

