

**Всероссийский форум «Здравница-2018»**  
27–29 мая 2018, Ставропольский край, г. Кисловодск, Нарзанная галерея, ул. Коминтерна, 2

**Итоги работы секции маркетинга**

**на Форуме «Здравница -2018» в г. Кисловодск.**

Секция маркетинга на Форуме «Здравница -2018» в г. Кисловодск прошла под лозунгом:

**Свежий ветер «Здравницы» принесёт ренессанс**

**санаторно-курортной отрасли!**

Всероссийский форума «Здравница-2018» пригласил к сотрудничеству и благодарит за сотрудничество ведущие компании и ведущих специалистов в области маркетинга:

* Ассоциация оздоровительного туризма, Трубникова Елена Александровна, Председатель Ассоциации, руководитель «ФинЭкспертиза – капитал». Эксперт по стратегическому планированию, финансовому управлению, инвестициям, <http://aotrf.ru/about/lead/>;
* Компания ZERTS, Шматкова Виктория Викторовна - Генеральный директор ТД ЗЕРЦ, <https://zerts.ru/about/>;
* Бизнес-журнал «С.К.О. Санаторно-курортная отрасль», Дмитреев Сергей Фёдорович - Главный редактор, Руководитель группы компаний «Вита Техника», <http://csko.ru>, <http://vt66.ru>;
* Маркетинговое агентство санаториев «Виват здоровье», Шевчук Марина Александровна - директор и основатель маркетингового агентства, <https://www.vivat-zdorovie.ru/o-nas/komanda/>;
* Агентство «Красивый бизнес», Шевченко Элина Анатольевна – директор, г. Новосибирск, <http://www.kb-sibir.ru/company/our_kommand/>
* Агентство отельного-санаторного маркетинга DigitalWill, Скорбенко Сергей Викторович - генеральный директор, <http://digitalwill.ru/o-nas>;
* Бондаренко Надежда - бизнес – тренер, предприниматель, эксперт позитивной психологии для бизнеса и жизни, <https://blogtrenera.ru/ob-avtore-2>;
* Ветитнев Александр Михайлович, Научный консультант маркетингового агентства санаториев «Виват Здоровье». д.э.н., д.м.н., профессор, г. Сочи, <https://www.vivat-zdorovie.ru/o-nas/komanda/aleksandr-mikhaylovich-vetitnev/>;
* Кочиашвили Михаил Исидорович - д.м.н., независимый эксперт по технологиям и менеджменту в санаторно-курортной отрасли, врач;
* Маньшина Надежда Валерьевна Эксперт по лечебно-оздоровительному туризму. Автор книг по курортологии, автор и основатель блога "PRO kurort Dr. Manshina о курортах и курортном лечении", <https://dr-manshina.blogspot.ru/2015/05/pro.html>;
* Соколов Юрий Иванович - Основатель и генеральный директор ООО «Скайлайн Риск Солюшенс», <http://www.skyline-rs.com/About%20Company/index.html>;
* Терентьев Евгений Павлович - Основатель и руководитель "Санатории-России.рф", Исполнительный директор, член правления Ассоциации «Санатории Татарстана» и Учредитель (Founder) / СЕО ООО ТА «Саната-Тревел», <http://san.tatar/about/members>;
* Демин Александр Викторович, - Генеральный продюсер «КА-МЕДИА», производство продающего видео; [ka-media@bk.ru](mailto:ka-media@bk.ru)

Работа секции маркетинга была организована на нескольких площадках в режиме non-stop, проведено 24 крупных мероприятия .

В программа включала беспрецедентное многообразие форм общения с целевой аудиторией: Сателлитный Симпозиум, Дискуссионная сессия, Брифинг, Экспресс-форум, Панельная дискуссия, Бизнес семинар, Бизнес-завтрак, Круглый стол, Мастер-класс, Практикум, Доклад, Сессия, Лекция.

1. **Распределение количества участников по оценкам модераторов:**

**27 мая.**

Бизнес-завтрак «Интеграция санаторно-курортных услуг в практику частной медицины» и Экспресс-форум «Взаимодействие СКО и частных медицинских центров» - более 20 участников, из них 11 - представителей санаториев и 6 – представителей частных клиник.

Лекторий по маркетингу «Актуальный маркетинг в санаторно-курортной отрасли: природные лечебные факторы; об опыте взаимодействия СКК и медицинских центров» - более 30 слушателей

Практикум «Digital-маркетинг для санатория: с чего начать, сколько это стоит и как получить прибыль» - около 70 участников

Дискуссионная сессия «Эффективный маркетинг в СКО»; Панельная дискуссия «Выбор эффективных способов привлечения клиентов»; Круглый стол «Успешные инструменты санаторного маркетинга. Перенимаем и внедряем» - около 95 участников

Лекторий по маркетингу «Актуальный маркетинг в санаторно-курортной отрасли: Информационные проекты лечебно-оздоровительного туризма; Как быстро повысить экономическую эффективность санатория – более 30 слушателей

**28 мая.**

Симпозиум «Роль маркетинга и многообразие маркетинговых решений в Санаторно-курортной отрасли» - около 40 участников

Бизнес-семинар «Платные и дополнительные услуги в санаториях, эффективные продажи» - более 40 участников

Бизнес-семинар «Реклама санаториев» - более 40 участников

Бизнес-семинар «Управление маркетингом санатория»; Мастер-класс "5 шагов к повышению эффективности коммерческой деятельности санатория" - около 120 участников

Бизнес-семинар «Системный маркетинг. Видео-маркетинг предприятий СКО и медицинских центров»; Доклад «Системный маркетинг медицинских учреждений»; Сессия «Видео-маркетинг для предприятий СКО и медицинских центров» - более 40 участников

**29 мая.**

Брифинг «Инвестпривлекательность как условие развития санаторно-курортной отрасли»; Практикум «Скрытый смысл финансовых показателей. Отраслевые рейтинги как ориентир для развития»; Мастер-класс «Таинственная и недоступная здравница – что ищет и не находит гость санатория. Точки роста инвестпривлекательности» - около 30 участников

Бизнес-семинар «Как сформировать пул лояльных клиентов. Корпоративная позитивная психология для сотрудников санаториев»; Мастер-класс «Как повысить повторные продажи и сформировать пул лояльных клиентов через стандарты работы. "Подводные камни" внедрения стандартов работы»; Мастер-класс «Как позитивные установки влияют на качество работы сотрудников. Клиенториентированные сотрудники - миф или реальность? Принципы обучения клиентскому сервису на основе Корпоративной позитивной психологии» - более 35 участников

Лекторий по маркетингу «Практический маркетинг в санаторно-курортной отрасли: проактивное управление возможностями и рисками»; Круглый стол по вопросам проактивного управления – более 15 участников

Таким образом количество участников мероприятий секции маркетинга по оценке модераторов составило более 600 человек.

1. **Распределение количества полезных и перспективных бизнес-контактов по оценкам модераторов:**

**27 мая.**

Бизнес-завтрак «Интеграция санаторно-курортных услуг в практику частной медицины» и Экспресс-форум «Взаимодействие СКО и частных медицинских центров» - более 7 бизнес-контактов и договорных намерений

Лекторий по маркетингу «Актуальный маркетинг в санаторно-курортной отрасли: природные лечебные факторы; об опыте взаимодействия СКК и медицинских центров» - много договоренностей

Практикум «Digital-маркетинг для санатория: с чего начать, сколько это стоит и как получить прибыль» - 3 целевых контакта готовых к взаимодействию

Дискуссионная сессия «Эффективный маркетинг в СКО»; Панельная дискуссия «Выбор эффективных способов привлечения клиентов»; Круглый стол «Успешные инструменты санаторного маркетинга. Перенимаем и внедряем» - много обсуждений

Лекторий по маркетингу «Актуальный маркетинг в санаторно-курортной отрасли: Информационные проекты лечебно-оздоровительного туризма; Как быстро повысить экономическую эффективность санатория – более 30 бизнес-контактов – много договоренностей о намерениях

**28 мая.**

Симпозиум «Роль маркетинга и многообразие маркетинговых решений в Санаторно-курортной отрасли» - обсуждение, вопросы

Бизнес-семинар «Платные и дополнительные услуги в санаториях, эффективные продажи» - обсуждение , вопросы

Бизнес-семинар «Реклама санаториев» - обсуждение, впросы

Бизнес-семинар «Управление маркетингом санатория»; Мастер-класс "5 шагов к повышению эффективности коммерческой деятельности санатория" – более 30 полезных контактов

Бизнес-семинар «Системный маркетинг. Видео-маркетинг предприятий СКО и медицинских центров»; Доклад «Системный маркетинг медицинских учреждений»; Сессия «Видео-маркетинг для предприятий СКО и медицинских центров» - обсуждение, впросы

**29 мая.**

Брифинг «Инвестпривлекательность как условие развития санаторно-курортной отрасли»; Практикум «Скрытый смысл финансовых показателей. Отраслевые рейтинги как ориентир для развития»; Мастер-класс «Таинственная и недоступная здравница – что ищет и не находит гость санатория. Точки роста инвестпривлекательности» - обсуждение

Бизнес-семинар «Как сформировать пул лояльных клиентов. Корпоративная позитивная психология для сотрудников санаториев»; Мастер-класс «Как повысить повторные продажи и сформировать пул лояльных клиентов через стандарты работы. "Подводные камни" внедрения стандартов работы»; Мастер-класс «Как позитивные установки влияют на качество работы сотрудников. Клиенториентированные сотрудники - миф или реальность? Принципы обучения клиентскому сервису на основе Корпоративной позитивной психологии» - много вопросов

Лекторий по маркетингу «Практический маркетинг в санаторно-курортной отрасли: проактивное управление возможностями и рисками»; Круглый стол по вопросам проактивного управления – 2 намерения по взаимодействию

Итак: 42 полезных и перспективных бизнес-контакта с намерениями продолжить взаимодействие; много договоренностей, обсуждений, вопросов.

1. **Цитаты из отзывов модераторов и спикеров секции маркетинга об организации:**

***Маньшина Надежда Валерьевна:***

«Высшая <оценка>! … Программа Форума, в которой были даны анонсы и секций, и спикеров, полагаю, позволили участникам выбрать наиболее интересующие их вопросы. Думаю, что отсюда и интерес аудитории к сообщениям спикеров.»

***Скорбенко Сергей Викторович:***

«Организация на самом высоком уровне. Очень понравилось, что была отдельно секция маркетинга, где были представлены разные точки зрения, разные эксперты и так глубоко проанализирована эта тема. 5 балов по 5-ти бальной шкале.»

***Богданов Дмитрий Владимирович:***

«…Радует то, что все больше коллег из санаторно-курортной сферы осознают всю важность и необходимость качественных перемен в том, как организована работа здравниц. Приходит понимание того, что сервис, обучение сотрудников, грамотный маркетинг становятся неотъемлемой частью повседневной жизни санаториев».

***Терентьев Евгений Павлович:***

«Как никогда мощно была представлена секция маркетинга. Настолько, что попасть на все интересующие выступления, физически было невозможно… Отрадно, что организаторы стремятся разнообразить формат проведения форума и думаю результаты мы скоро увидим.

Считаю, что все прошло замечательно и желаю организаторам дальнейших успехов!»

***Ассоциация оздоровительного туризма:***

«Здравница» - грандиозное и значимое для санаторно-курортной отрасли мероприятие и, несмотря на небольшие недочеты, в целом все прошло отлично. Все, что было запланировано Ассоциацией оздоровительного туризма в рамках форума – выполнено, ожидания – оправданы. Будем рады продолжить сотрудничество в следующем году!

Аудитория релевантная, в одном месте удалось собрать заинтересованных в развитии своих здравниц управленцев и маркетологов со всех курортных регионов.»

***Шевченко Элина Анатольевна:***

«На Здравнице участвую с 2014 года.

На мой взгляд - форум этого года - лучший по посещаемости и

организации.

Уверена, что полученные знания стали определенным

вектором развития многих здравниц в эффективности и снижении

рекмного бюджета, повышению сервиса, развитию дополнительных

коммерческих (платных) услуг санаторно-оздоровительных объектов.

Желаю всем Здоровья и Здравия!»

***Шматкова Виктория Викторовна:***

«Тема завтрака вызвала интерес со стороны некоторых санаториев, и непонимание и споры со стороны других. Одни из них (Ростов на Дону) объяснял, что клиники никогда не принесут санаторию большого потока пациентов как по ОМС, поэтому тема не интересна.Другие не понимали, что для того, чтобы частные клиники начали работать с санаториями, им придется работать и прилагать к этому усилия. В презентациях разобрали как достичь синергии, что нужно частным клиникам и как начать работать. Всем заинтересованным лицам выслали презентации.»

«27 мая 2018 года был выезд в санаторий Орджоникидзе г. Кисловодск, в данной поездке участвовали 4 клиники. Главврачом был проведен ознакомительный тут по санаторию, показаны лечебные кабинеты, рассказано о лечебных базах. Санаторий понравился, но для обсуждения более детальной информации не хватило времени. Контактами обменялись, будут налаживать взаимодействие.»

«28 мая 2018 года, намечены были поездки в два санатория Пикет г. Кисловодск и 30 лет победы г. Железноводск. Поехало 4 представителя клиник.

В санатории Пикет … Главврач охотно пообщался и поделился контактами с клиниками. Далее была проведена небольшая экскурсия по санаторию, к сожалению визуализация санатория оставляет желать лучшего, ярко присутствуют отголоски постсоветского периода, что не вызвало интерес отправлять пациентов в данный санаторий, даже несмотря на хорошую лечебную базу.

Во второй половине дня была организована поездка в санаторий 30 лет Победы г. Железноводск. Данный санаторий ответил всем требованиям и пожеланиям частных клиник по отправке на дальнейшую реабилитацию пациентов. Обслуживание, сервис, питание и номерной фонд, все это оставило очень хорошие впечатления, не говоря о лечебной базе данного санатория. В ходе беседы с главврачом и других коллег санатория провели обсуждения и условия сотрудничества по размещению и дальнейшего ведения присланного пациента.»

***Дмитреев Сергей Фёдорович:***

«Дискуссионная сессия по маркетингу, которую провела команда Бизнес-журнала "Санаторно-курортная отрасль" в рамках форума "Здравница-2018", имела такой успех у участников, что пришлось приносить дополнительные стулья из другого зала. Если изначально зал рассчитывался на 70 мест, то с учетом дополнительных стульев и стоящих участников доклады слушало 90-95 человек. Большинство остались до конца сессии, хотя два последних доклада спикерам пришлось читать без электричества, а значит без мультимедийной презентации. При этом темой одного было использование видеоконтента в продвижении Клиники Кивач. Доклад строился на показе рекламных роликов. Тем не менее, благодаря поддержке организаторов, удалось разговорить режиссера Ленчицкого Константина, привыкшего больше снимать и показывать, чем рассказывать, да так разговорить, что уходил он под бурные аплодисменты.

Повышенный интерес вызвал как сам формат мероприятия – дискуссия, когда в ходе рассмотрения различных взглядов на проблемы могли быть найдены нестандартные решения, так и подбор спикеров. Были собраны очень сильные и интересные докладчики – гендиректор АО Санаторий «Алтай-West» Марина Попеляева, генеральный директор ООО «СКК «Знание» Дмитрий Богданов, эксперт по технологиям и менеджменту в санаторно-курортной отрасли Михаил Кочиашвили, зав. отделом маркетинга санатория «Янган-Тау» Лайла Файзуллина, директор туроператорской компании «Здоровый Мир – Сочи» Светлана Дудукчян, менеджер по работе с партнёрами в России и СНГ ресурса Booking.com. Ольга Казак и другие.

Интересную реакцию вызвал доклад представителя Свердловского Министерства Здравоохранения Владимира Рыжкина, озвучившего работы о проблемах при возвращении к привычному ритму жизни жителей Урала после посещения южных здравниц. Много вопросов по организации работы службы маркетинга было адресовано её руководителю Лайле Файзуллиной. И, конечно же, неспроста, ведь финансовый показатель «Янган-Тау» самый впечатляющий в отрасли, значит есть чему поучиться. Но самые жаркие споры вызвали некоторые аспекты доклада Светланы Дудукчян. Это свидетельствует о том, что между санаториями и представителями российского турбизнеса еще только идет установление полного взаимопонимания для эффективной совместной работы, хотя этот канал поставки клиентов, для многих санаториев достаточно заметен. И на этом фоне недопонимания может вполне сыграть свою игру мировой лидер онлайн бронирования Booking.com. Доклад Ольги Казак показал, что у него большие планы на российскую санаторную отрасль.

По нашим оценкам, дискуссионная сессия выгодно отличалась тем, что стала не рекламным «пробничком» тренингов и бизнес-консультаций, а конкретной площадкой для обмена опытом и попыткой совместного поиска ответов на острые вопросы санаторного маркетинга.»

***Раневская Галина Юрьевна:***

«Вернулась с Всероссийского форума "Здравница 2018", который проходил в красивом городе Кисловодске. Очень нужное, масштабное мероприятие, целью которого стоит возродить былые высоты санаторно-курортной отрасли.»

1. **Благодарности организаторам.**

***Ассоциация оздоровительного туризма, Трубникова Елена Александровна:***

«Благодарим руководство Национальной курортной Ассоциации - Разумова Александра Николаевича, Виленскую Марину Леонидовну, Пронину Наталью Анатольевну, а также всех организаторов Всероссийский форум «Здравница», за приглашение участвовать в этом грандиозном событии, объединяющем всех участников санаторно-курортной отрасли! Форум стал эффективной площадкой для обмена опытом и актуальными тенденциями на рынке оздоровительного туризма, spa и wellness услуг, позволил выявить потребности и обозначить наиболее острые проблемы, наметить пути их решения. Мы рады, что смогли внести свой вклад в формирование повестки дня и выступить с инициативами, направленными на повышение инвестпривлекательности санаторно-курортных организаций. Уверены, что, объединяя наши усилия, мы сможем в самое ближайшее время увидеть качественные изменения и вернуть былую славу нашим здравницам! Спасибо за плодотворное сотрудничество, коллеги!»

***Марина Александровна Шевчук:***

«Санаториям необходима новая система управления маркетингом. Обсуждение её базовых элементов, технологии и опыта их внедрения состоялось на секции Здравницы "Управление маркетингом санатория". Полный зал, блестящие спикеры, великолепные слушатели. Огромное спасибо, дорогие коллеги! Персональные благодарности Прониной Наталье Анатольевне за возможность организации бизнес-семинара и Ветитневу Александру Михайловичу за блестящий доклад и модерирование семинара!»

***Ветитнев Александр Михайлович:***

«Все же заинтересованность курортных администраций всех уровней: от Госдумы до конкретного курорта явно повысилась. За два года все же законодательно кое-что стало проглядывать (не только замечательное во всех отношениях изобретение "курортный сбор").

Сама Здравница прошла организованно, каких-либо сбоев не чувствовалось и в этом большая заслуга оргкомитета, поскольку площадок было задействовано много и на этом пятачке было не просто их координировать. Приятно, что среди оргкомитета были девчата, с которыми работали еще в первые здравницы.

Одним из явных отличий прошедшего мероприятия от предыдущих - большая секция маркетинга, разделившаяся на несколько площадок. Интерес к коммерческой стороне вопроса явно вырос. За организационные усилия по внедрению маркетинга хочется поблагодарить НКА и лично Наталью Пронину.»

«Большое спасибо организаторам форума за высокую оценку моего скромного труда»

***Маньшина Надежда Валерьевна:***

«Высшая (оценка)! Несмотря на отсутствие специализированных площадок для масс мероприятий, четкую организацию. Все площадки были подготовлены, не было технических проблем. Небольшие нестыковки очень быстро решались волонтерами и организаторами. Во время конференций никаких проблем (звук, транспирация презентаций, др.) не было!»

«Уважаемые и любимые Коллеги, спасибо за чудесное общение! Спасибо организаторам за высокую оценку моего скромного труда!»

***Бондаренко Надежда:***

Впервые держу благодарственное письмо с подписью Президента Российской академии наук, А.М. Сергеева <и президента Национальной курортной ассоциации, президента ГАУЗ МНПЦ МРВСМ ДЗМ, академика РАН, профессора А.Н. Разумова>

Вот так позитивная психология привела меня на Международный конгресс «Здравница - 2018»… Так, что спасибо всем, кто желал мне удачи, и конечно Наталье Прониной»

***Шевченко Элина Анатольевна:***

«С огромной благодарностью за сотрудничество и огромную проделанную Вами работу по организации такого важного события…»

***Соколов Юрий Иванович:***

« …хочу Вас поблагодарить за хорошую организацию мероприятия.

Нам очень понравился формат мероприятия и его содержательная часть… Высокая вовлеченность участников. Реакция: удивление, что все может быть логичнее и проще… По образному выражению одного из участников « это перепрошивка наших моделей».

**5.Выводы.**

Президент НКА А.Н. Разумов поставил задачу расширить тематику Форума «Здравница». Вице-президент НКА М.Л. Виленская и генеральный директор НКА Н.А. Пронина провели предварительно в рамках подготовки целый ряд переговоров и встреч за круглым столом с ведущими специалистами – маркетологами, работающими в СКО и не только, учитывая острый интерес и растущую потребность санаториев в помощи специалистов-маркетологов. В результате и было принято решения организовать секцию маркетинга на Форуме.

Надежды НКА на внесение свежих идей в работу Форума «Здравницы» в г. Кисловодске полностью оправдались.

Благодаря активному участию официальных партнеров мероприятия секции маркетинга охватили широкий спектр направлений маркетинга в СКО, стали ареной споров и поиска решений по многим животрепещущим вопросам отрасли. Оказалось, что круг рассматриваемых вопросов маркетинга в СКО намного шире, чем предполагали многие участники и это явилось для них откровением.

Конечно, не обошлось без некоторых неожиданностей: отключилась электроэнергия, доставляли в зал стулья, не смогли показать видео фрагмент… Но, как говорится, не без этого. Главное , что партнеры – организаторы в этих ситуациях, достойно продолжали мероприятие и все заявленные темы были освещены и полноценно представлены.

Удивительно приятные молодые люди из группы волонтеров очень ответственно помогали и, в некоторые моменты, были просто незаменимы, учитывая распределенную по г. Кисловодску географию проведения мероприятий. Практически волонтерами поддерживался порядок входа по бейджам с электронным кодом на мероприятия, что во многом защитило и облегчило работу Секции Маркетинга.

Надо сказать, что Программа Секции маркетинга на Форуме «Здравница – 2018» была опубликована за полтора месяца до начала и анонсы секции маркетинга шли целый месяц, подробно освещая всю тематику мероприятий секции, поэтому многие санатории смогли организовать участие своей делегации таким образом, чтобы охватить интересующие их по тематике мероприятия. А выбор был! Каждому участнику – представителю санатория была предоставлена возможность познакомиться очно с ведущими компаниями и специалистами – маркетологами в СКО, обрести полезные перспективные контакты, получить ответы на вопросы, обменяться мнениями между собой, коллегиально рассмотреть актуальные вопросы маркетинга в санаторно-курортной отрасли.

Цифры красноречиво показывают уровень исключительного интереса участников к мероприятиям секции маркетинга, по оценке модераторов количество участников составило около 600 человек. Установлено более 40 перспективных деловых контактов между санаториями и представителями маркетинговых направлений.

Единогласно модераторами дана высокая оценка самой идее включения секции маркетинга в программу Форума «Здравница – 2018» и содержательной части программы секции. Специалисты- маркетологи выразили желание и намерение продолжать замечательное начинание и на следующем Форуме в 2019 году, уже обсуждали планы и намечали пути взаимодействия.

С энтузиазмом была воспринята маркетологами идея, связанная с проведением в течении года различных мероприятий Форума, желанием расширить Форум и сделать его постоянно действующим. Также с интересом коллегами обсуждался и положительно была воспринята идея об акцентировании внимания на менеджменте на «Здравнице» в 2019 году.