

{Marketing Mix}

أولاً: المنتج (Product):

أ. الخدمات الطبية:

• الاستشارة عبر الإنترنت:

- الوصف: استشارة فيديو مباشرة مع طبيب مختص، تشمل:
 - مناقشة التاريخ الطبي للمريض.
 - مراجعة التقارير الطبية والصور (إن وجدت).
 - تقييم أولي للحالة وتقديم توصيات عامة.
 - الإجابة على أسئلة واستفسارات المريض.
- الفئات المستهدفة:

- مرضى جدد يرغبون في استشارة أولية قبل اتخاذ قرار السفر.
- مرضى حاليين يرغبون في متابعة حالتهم عن بُعد.
- مرضى محتملين يرغبون في رأي ثانٍ من أطباء مصريين.
- التخصصات المتاحة: توفير استشارات في جميع التخصصات الطبية تقريباً، مع التركيز على التخصصات التي تشتهر بها مصر مثل:

- علاج الاسنان. (ما سنقوم بالتركيز عليه تسويقياً وهناك ملف فيه تفاصيل بالخدمات المتاحة في هذا المجال)
- جراحات القلب والأوعية الدموية.
- جراحات التجميل.
- جراحات التخسيس. (دول الخليج)
- الجلدية.
- جراحات العظام والمفاصل.
- علاج العقم وأطفال الأنابيب. (بالتركيز على دول الخليج)
- زراعة الشعر.
- علاج الأورام.
- علاج أمراض العيون.

- اللغات المُتاحة: توفير مترجمين فوريين عند الحاجة، بالإضافة إلى توفير أطباء يتحدثون لغات مختلفة مثل الإنجليزية، الفرنسية، والعربية.
- أنواع الاستشارات:
 - استشارة أولية: لتقييم أولي للحالة وتقديم توصيات عامة.
 - استشارة متابعة: لمتابعة حالة المريض بعد العلاج أو العملية.
 - استشارات متعددة التخصصات: في حالة كانت الحالة تتطلب التشاور مع أكثر من تخصص.
- باقات العلاج:
 - الوصف: باقات متكاملة مصممة لتوفير تجربة علاجية مريحة وسلسلة للمرضى الأجانب، تشمل:
 - تكاليف العملية الجراحية أو العلاج.
 - الإقامة في المستشفى (عدد ليال مُحدد).
 - الإقامة في فندق (اختياري، بعد الخروج من المستشفى).
 - خدمات النقل من وإلى المطار والمستشفى.
 - خدمات الترجمة الفورية عند الحاجة.
 - متابعة ما بعد العلاج (عن بُعد أو زيارات للمستشفى).
 - أنواع الباقات:
 - باقة اقتصادية: تناسب ذوي الميزانيات المحدودة، وتشمل الخدمات الأساسية.
 - باقة قياسية: توفر توازناً بين السعر والجودة، وتشمل خدمات إضافية مثل الإقامة في فنادق مُريحة.
 - باقة VIP: توفر تجربة فاخرة تشمل الإقامة في أفضل الفنادق وخدمات مُميزة.
 - التخصصات المُتاحة: توفير باقات مخصصة لجميع التخصصات الطبية التي يقدمها المشروع.
- خدمات مُضافة:
 - مراجعة الأشعة والتحليل الاستشارية: تقديم تقارير مُفصلة من قبل استشاريين خبراء.

◦ متابعة ما بعد العلاج: برامج متابعة تتراوح بين بضعة أسابيع إلى سنة كاملة.

◦ خدمات تمريضية منزلية: توفير ممرضين مؤهلين للقيام بزيارات منزلية بعد الخروج من المستشفى وقبل الرجوع إلى بلده.

ب. الخدمات الإضافية (غير طبية):

• السفر والإقامة:

◦ حجز تذاكر الطيران: التعاون مع شركات طيران مُختلفة لتوفير خيارات متعددة للمرضى.

◦ حجز الفنادق: توفير خيارات إقامة مُتنوعة من فنادق اقتصادية إلى فنادق 5 نجوم.

◦ النقل والمواصلات: سيارات خاصة بمختلف المستويات أو حافلات مُكيّفة للنقل الجماعي.

• الترفيه والسياحة:

◦ رحلات سياحية: برامج سياحية مُصممة لتناسب حالة المرضى مثل جولات قصيرة أو رحلات إلى الأماكن الأثرية.

◦ أنشطة ترفيهية: تنظيم أنشطة تناسب اهتمامات المرضى مثل التسوق أو زيارة المتاحف.

ثانياً: السعر (Price):

أولاً: الخدمات الطبية:

(Affiliate system) من خلال التعاون مع مُقدمي الخدمات الطبية والسياحية.

هيكلية التسعير بنظام العمولة:

أولاً: الخدمات الطبية:

• الاستشارة عبر الإنترنت:

- الطريقة المقترحة (20% من صافي ربح الاستشارة):
 - تتطلب هذه الطريقة الاتفاق مع الأطباء على مشاركة أرباحهم من الاستشارات التي يتم حجزها من خلال منصتك.
 - تحديات هذه الطريقة:
 - صعوبة تحديد "صافي الربح" بشكل دقيق.
 - قد لا يرحب الأطباء بمشاركة أرباحهم.
- (الطريقة البديلة في حاله رفض الطبيب النسبة) عمولة ثابتة لكل استشارة:
 - تحديد مبلغ مُحدد لكل استشارة ناجحة يتم حجزها من خلال منصتك.
 - مثال: 10\$ - 5\$ لكل استشارة أولية، و 3\$ - 5\$ لكل استشارة متابعة.

• العمليات الجراحية:

- نسبة مُتفق عليها مع المستشفيات/الأطباء:
 - تتراوح عادةً بين 10% إلى 20% من إجمالي تكلفة العملية قابلة للتفاوض.
 - يُمكن أن تختلف النسبة حسب نوع العملية وشهرة الطبيب/المستشفى.

• مراجعة الأشعة والتحليل الاستشارية:

- نسبة مُتفق عليها مع المراكز الطبية/الأطباء:
 - تتراوح عادةً بين 10% إلى 15% من تكلفة الخدمة.

ثانياً: الخدمات الإضافية (السياحة والسفر):

• شركات الطيران:

- النسبة الشائعة: تتراوح بين 3% إلى 7% من قيمة تذكرة الطيران.

• الفنادق:

- النسبة الشائعة: تتراوح بين 5% إلى 15% من قيمة الحجز.

• المواصلات:

◦ نسبة مُتفق عليها مع شركات المواصلات: تتراوح عادةً بين 10% إلى 20% من قيمة الرحلة.

• شركات السياحة:

◦ نسبة مُتفق عليها مع الشركة: تتراوح عادةً بين 10% إلى 15% من قيمة الرحلة أو الخدمة السياحية.

ثالثاً: الترويج (Promotion):

1. التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing):

• الهدف:

- بناء علاقة قوية مع العملاء المحتملين.
- تقديم محتوى ذي قيمة يجذبهم.
- تحويلهم إلى عملاء فعليين.

2. التسويق عبر المؤثرين (Influencer Marketing):

• الهدف: الوصول إلى جمهور واسع من المهتمين بالسياحة العلاجية أو الرعاية الصحية.

3. التسويق عبر الهاتف المحمول (Mobile Marketing):

• الهدف: الوصول إلى العملاء المحتملين عبر هواتفهم المحمولة.

4. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing):

• الهدف: بناء مجتمع نشط من المُتابعين والتفاعل معهم بشكل مُستمر. (content is the king)

• المنصات المُقترحة:

◦ YouTube: نشر فيديوهات توضيحية عن الخدمات الطبية وتجارب المرضى السابقة.

- Facebook و Instagram: نشر صور ومعلومات عن الأطباء والمستشفيات والعروض الخاصة.
 - Pinterest: نشر صور مُلهمة عن السياحة العلاجية في مصر. (زيادة ال traffic على الموقع الإلكتروني الخاص بنا، يرجى مراجعة البيانات في هذه الخانة)
 - TikTok: نشر مقاطع فيديو قصيرة ومُسلية لجذب جمهور أكبر.
 - LinkedIn: التواصل مع المُحترفين في القطاع الطبي والسياحي لبناء شراكات وللتفاوض مع الشركات في نظام ال affiliate.
5. تحسين محركات البحث (SEO / SEM):
- الهدف: تحسين تصنيف موقعك الإلكتروني في نتائج البحث للوصول إلى أكبر عدد من العملاء المُحتملين.
6. التدوين (Blogging):
- الهدف: تقديم محتوى قيّم ومُفيد للمُهتمين بالسياحة العلاجية، مما يُعزز من ثقة العملاء بخدماتك.
7. الإعلانات التلفزيونية (TV Ads):
- الهدف: الوصول إلى جمهور واسع من خلال قنوات تلفزيونية محلية أو إقليمية.

رابعاً: التوزيع (Distribution):

1. تطبيق الهاتف المحمول (Mobile Application):
- مميزات التطبيق كمنتج أساسي للتوزيع:
 - سهولة الاستخدام أثناء التنقل.
 - إمكانية إرسال إشعارات فورية (Push Notifications) للترويج للعروض والخدمات.

- توفير تجربة مستخدم مُميّزة تُسهّل عملية البحث والحجز والتواصل.

2. الموقع الإلكتروني (Website):

- الواجهة الرئيسية لشركتك على الإنترنت. يجب أن يكون مُصمم بشكل احترافي يعكس جودة خدماتك.
- يُمكن أن يحتوي على ميزات إضافية مثل:
 - مدونة (Blog) لتقديم محتوى قيّم عن السياحة العلاجية في مصر.
 - أسئلة شائعة (FAQs) للإجابة عن استفسارات العملاء.
 - صور 360 درجة للفنادق والمستشفيات.
 - جولات افتراضية (Virtual Tours) للمعالم السياحية.

3. وكالات السفر السياحية أونلاين (Online Travel Agencies):

- مزايا التعاون مع هذه الوكالات:
 - الوصول إلى قاعدة عملاء واسعة من المُسافرين حول العالم.
 - الاستفادة من خبرتهم في مجال السياحة والتسويق.
 - زيادة مصداقية خدماتك من خلال التواجد على منصاتهم.

4. وكالات السفر السياحية التقليدية (Offline Travel Agencies):

- لا يُمكن إهمال دور وكالات السفر التقليدية خاصةً في بعض الدول التي لا تزال تعتمد عليها بشكل كبير.
- مُهم عند اختيار وكالات السفر:
 - التركيز على الوكالات المتخصصة في السياحة العلاجية أو التي لديها اهتمام بهذا النوع من السياحة.

Youssef->

1. رحلة المستخدم:

- عند فتح التطبيق، يتم الترحيب بالمستخدمين بواجهة أنيقة وسهلة التنقل -
- يدخل المستخدمون احتياجاتهم الخاصة بالعناية بالأسنان، ويعرض التطبيق على الفور قائمة مخصصة بأفضل أطباء - الأسنان المصريين، مع تقييمات وأسعار وآراء العملاء
- يمكن للمستخدمين مقارنة الأطباء لضمان العثور على الأنسب بناءً على المؤهلات والخبرة وتقييمات العملاء -

2. حجز سلس:

- بعد اختيار طبيب الأسنان المفضل، يمكن للمستخدمين بسهولة اختيار مواعيد الجلسات -
- يقدم التطبيق توصيات مخصصة للفنادق والرحلات الجوية بناءً على مدة العلاج والميزانية -
- يتم تجميع الرحلة بالكامل - بدءًا من موعد الطبيب وحتى الإقامة والرحلات الجوية - في عملية حجز واحدة سهلة -

3. دعم شامل:

- يتوفر دعم عملاء على مدار الساعة عبر الدردشة المباشرة أو الهاتف، لتقديم المساعدة في أي استفسارات تتعلق - بالعلاج أو السفر أو الإقامة
- يوفر التطبيق دليلًا شاملاً عن مصر، يتضمن تفاصيل حول الاستقبال في المطار وزيارات العيادات وما يجب توقعه - خلال العملية

4. دفع مبسط:

- يتمكن المستخدمون من إجراء دفعة واحدة وآمنة تشمل جميع جوانب رحلتهم - العلاج الأسنان، والرحلات الجوية، - والإقامة
- خيارات دفع متعددة، بما في ذلك البطاقات الائتمانية والمحافظ الرقمية، توفر الراحة والمرونة -

5. الرعاية اللاحقة والمراجعات:

- يقوم التطبيق تلقائيًا بجدولة استشارات المتابعة، إما عبر الإنترنت أو بشكل شخصي -
- يُشجع المستخدمون على مشاركة تجاربهم وترك مراجعاتهم لمساعدة العملاء المستقبليين -

الدليل المادي:

1. اعتمادات الأطباء:

- كل طبيب أسنان وعيادة معروضة على التطبيق معتمد بالكامل، مع شهادات مرئية لطمأنة المرضى بمستوى الاحترافية.
- الشراكات مع جمعيات الأسنان المصرية الرائدة تؤكد الجودة -

2. شهادات العملاء:

- يعرض التطبيق قصص نجاح حقيقية من المرضى السابقين، مع شهادات وصور قبل وبعد العلاج لتعزيز الثقة -
- توفر شهادات الفيديو لمسة شخصية، مما يجعل التجربة أكثر قربًا -

3. علامة تجارية احترافية:

- يتميز تصميم التطبيق بالحدثة وسهولة الاستخدام، مما يعكس الاحترافية والعناية -
- تركز العلامة التجارية على الثقة والراحة والجودة، مما يضمن شعور المستخدمين بالثقة في اختياراتهم -

4. الوثائق الرقمية والمطبوعة:

- يتلقى المستخدمون جميع الأوراق اللازمة، بما في ذلك تأكيدات الحجز وخطط العلاج والإيصالات، بشكل رقمي -
- الوثائق متاحة للتنزيل أو الطباعة، مما يمنح المستخدمين خيار الاحتفاظ بنسخ مطبوعة -

Prosses:

1. User Journey:

- Upon opening the app, users are greeted by a sleek, easy-to-navigate interface.
- They input their dental needs, and the app instantly displays a curated list of top-rated Egyptian dentists, complete with reviews, prices, and ratings.
- Users can compare doctors, ensuring they find the best fit based on qualifications, experience, and client feedback.

2. Seamless Booking:

- After selecting their preferred dentist, users can easily choose appointment slots.
- The app offers tailored flight and hotel recommendations based on the treatment duration and budget.
- The entire trip—from the doctor’s appointment to hotel stay and flights—is packaged into one easy booking process.

3. Comprehensive Support:

- 24/7 customer support is available through live chat or phone, offering assistance with any inquiries related to treatment, travel, or accommodation.
- The app provides a comprehensive guide to Egypt, detailing airport pickup, clinic visits, and what to expect throughout the process.

4. Simplified Payment:

- Users make a single, secure payment covering all aspects of their trip—dental treatment, flights, and accommodation.
- Multiple payment options, including credit cards and digital wallets, ensure convenience and flexibility.

5. Aftercare and Feedback:

- The app automatically schedules follow-up consultations, either virtual or in-person.
- Users are encouraged to share their experiences and leave reviews to help future clients.

Physical Evidence:

1. Doctor Credentials:

- Every dentist and clinic displayed on the app is fully accredited, with visible certifications to reassure patients of their professionalism.
- Partnerships with leading Egyptian dental associations further highlight quality assurance.

2. Client Testimonials:

- The app showcases real success stories from previous patients, with testimonials and before-and-after photos that build trust.
- Video testimonials provide a personal touch, making the experience feel more relatable.

3. Professional Branding:

- The app's design is modern and user-friendly, reflecting a sense of professionalism and care.
- Branding emphasizes trust, convenience, and quality, ensuring users feel confident in their choices.

4. Digital and Physical Documents:

- Users receive all necessary paperwork, including booking confirmations, treatment plans, and receipts, digitally.
- Documents are available for download or printing, giving users the option to keep physical copies.

Omar->

People: People refers to your marketing team and all people responsible for your marketing.

Targeted audience: 60 million Americans live in areas designated as having a shortage of dental health professionals and 68.5 Million Adults in the US Don't Have Dental Insurance, May Rise to 91.4 Million by End of Year

The United States has the most expensive dental care compared to other G7 countries, (Canada, France, Germany, Italy, Japan, the United Kingdom, and the United States, as well as the European Union.)

In both the U.S. and Europe, healthcare utilization increases significantly with age, particularly among older adults. In the U.S., healthcare spending is especially high for people aged 65 and older

adults aged 65 and older, particularly those aged 80 to 84, show the highest healthcare expenditure in Europe and

so the most targeted audience will be from USA and Europe

and the most targeted age will be from 60 and older

real-life examples or role-playing exercises to simulate customer service situations and teach best practices for handling complaints or questions.

Productivity and Quality:

the app has an easy-to-use, intuitive scheduling system that allows tourists to book, reschedule, or cancel appointments quickly.

confirmations with email or push notifications to ensure users don't miss appointments.

sync appointments with dental clinics to avoid double bookings or scheduling errors.

incorporate multi-language support in the app

medical reports, prescriptions should be added in the app in different languages in the user profile

Follow-up and Feedbacks and surveys

Make sure that important documents (medical reports, prescriptions) are easily translatable into the user's preferred language.

offering aftercare services in the app like sending reminders for check ups

there will be a person with the tourist during the interview with the doctor to translate and explain everything if it's needed (optional it's up to the doc or clinic)

Allow users to pay in various currencies and via different payment methods

Present offers if there was many individuals like family or friends

Look at customer expectations for efficiency in booking, payment, and communication from tourism-based medical services.

التنسيق و المتابعة مع العيادات و المستشفيات لمعرفة المواعيد المتاحة فيها

