# **Литературный обзор**

## **Описание предметной области**

CRM системы — это системы для управления взаимоотношениями с клиентами, предназначены в основном для автоматизации работы с обслуживанием и менеджментом, они могут также выступать инструментом для организации и контроля рабочего процесса внутри компании. Зачастую такие системы могут хранить в себе данные клиентов с целью их дальнейшего анализа, или для обращения к ним для последующего обслуживания и так же включать в свой функционал авторизацию.

Основные задачи медицинских CRM систем это:

* Вести электронные медкарты
* Персонализировать обслуживание
* Автоматизировать общение
* Разгрузка администраторов

Также CRM системы могут быть использованы для привлечения новых лидов. Лид - это человек, который заинтересовался предоставляемой продукцией или услугами компании и оставил свои контакты. Данное понятие вмещает себя как новых клиентов так и постоянных.

## **Описание проблемы**

Поскольку привлечение пациентов в клинику в основном зависит от рекламы или от так называемого “сарафанного радио”, то поток пациентов становится не особо контролируемым. От этого также падает показатель LTV. LTV клиента - это показатель, определяющий прибыль что получает компания за все время работы с клиентом. Данную задачу может решить специально спроектированная CRM система, которая также будет контролировать поток пациентов путем предложений записей на приемы в разгруженное время.

Недостатком существующих медицинских CRM систем заключаются в том, что они не предполагают использования клинических рекомендаций, за счет которых и производятся регулярные предложения о записи на прием для пациента.

Клинические рекомендации - это документы, которые показывают дальнейшие действия врача по дальнейшему ведению пациента. Они помогают выносить врачу правильные выводы по лечению и принимать дальнейшие действия. Также клинические рекомендации используются для построения системы управления, финансирования и дальнейшей оценки качества оказания медицинской помощи.

## **Описание актуальности проблемы**

Внедрение специальной CRM системы привнесет не только все вышеперечисленные основные преимущества от использования подобных систем, но также поможет создать контролируемый поток пациентов путем регулярных предложений записей на менее загруженное время клиники, когда клиника простаивает в рабочее время. Это поможет оптимизировать расход ресурсов клиники, а также добавление такой возможности записи и периодической отправки клинических рекомендаций позволит пациентам чаще следить за своим здоровьем и вовремя напоминать, когда им нужно пройти обследования, а докторам следить как часто пациенты посещают клинику.

## **Информация о том, как решается данная проблема другими способами на данный момент**

Проблема неконтролируемого потока пациентов на данный момент решается отчасти таргетированной рекламы с предложениями посетить клинику со скидкой, ибо для клиники выгоднее продать свои услуги дешевле, нежели если бы клиника простаивала рабочее время впустую. Однако такой путь решения не всегда работает как хотелось и требует немалых затрат.

Что касается клинических рекомендаций, то они выписываются пациентам только после приема, но не имеют регулярных напоминаний пациенту.

## **Описание предполагаемых путей решения**

В рамках данной работы предполагается создание специальной CRM системы с использованием клинических рекомендаций путем повышения посещаемости клиники, более детального ведения отчетности слежения за здоровьем пациентов, а также создание таким образом контролируемого потока пациентов.

**Литература**

1. Что такое CRM-система

<https://sendpulse.com/ru/support/glossary/crm>

1. Клинические рекомендации

<https://kuzdrav.ru/special/guideline/>

1. Клинические рекомендации

<https://rosmedex.ru/recomendations>

1. Возможности CRM-систем

<https://www.bitrix24.ru/journal/crm-sistema-v-meditsinskom-tsentre/>

1. Что такое лид

<https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-lid/>

1. LTV клиента

https://sendpulse.com/ru/support/glossary/customer-lifetime-value