

## **Инновационные эффекты от внедрения CRM–системы в частную стоматологию**

**Аннотация:** *на сегодняшний день из-за постоянно изменяющихся тенденций современного рынка необходимо регулярное увеличение эффективности любой деятельности, совершенствовать сервис, быть более клиентоориентированным, проводить мониторинг проделанной работы. Из-за нововведений политика любой деятельности требует незамедлительных вмешательство современных технологий развития бизнеса, к которым относится CRM–маркетинг. Главными трудностями, с которыми встречаются различные компании — это уменьшение спроса на услуги, утрата клиентов и различного рода убытки, поэтому чтобы исключить несколько отрицательных результатов руководителю компании необходимо предпринять современные стратегии ведения бизнеса, при этом главным фактором, которым будет клиентоориентированность, снижение расходов и результативное разделение задач по бизнес–стратегиям организации. Основной целью для стремительного понимания рынка и удержания организации на достойном уровне считается сокращение времени для проведения операций различных и увеличение производительности компании.*

**Ключевые слова:** *CRM, ООО, IP–телефония.*

**A. R. Grigoryan**

*Postgraduate student,  
grgrn.art@mail.ru*

*Moscow Financial and Industrial University «Synergy»,  
Moscow, Russian Federation*

## **Innovative effects of implementing a CRM system in private dentistry**

**Annotation:** *today, due to the constantly changing trends of the modern market, it is necessary to regularly increase the efficiency of any activity, improve the service, be more customer-oriented, and monitor the work done. Due to innovations, the policy of any activity requires immediate intervention of modern business development technologies, which include CRM marketing. The main difficulties that various companies face are a decrease in demand for services, loss of customers and various kinds of losses, so in order to exclude several negative results, the company manager needs to adopt modern business strategies, while the main factor that will be customer-oriented, cost reduction and effective division of tasks according to the business strategies of the organization. The main goal for a rapid understanding of the*

---

*market and keeping the organization at a decent level is to reduce the time for various operations and increase the productivity of the company.*

**Keywords:** CRM, LLC, IP-telephony.

В период кризиса и глобализации экономики CRM-концепция считается нововведением под номером один в управлении. Изначально было много отрицательных реакций на CRM, но уже сейчас она стала достаточно актуальной и с удовольствием принята руководителями более 75% стоматологических клиник.<sup>1</sup> Так, за основу была взята частная стоматологическая клиника ООО «УЛЫБКА». Данная стоматология стремится к профессиональному подходу к своему каждому пациенту, при этом давая гарантию на квалифицированное и качественное лечение услуг. Сама клиника осуществляет различные виды стоматологической деятельности. Клиника является коммерческой организацией в сфере предоставления медицинских услуг. Данная компания является очень конкурентоспособной среди других частных стоматологий. Преимущество клиники — это высокий сервис и высочайшая квалификация сотрудников.

Миссия стоматологической клиники ООО «Улыбка» — создание пациентам здоровой и прекрасной улыбки, благодаря оказанию качественных и доступных стоматологических услуг, а также повышение эффективности стоматологии.

На данный момент клиника активно развивается, поэтапно увеличивала базу пациентов и штатный состав сотрудников, но уже года 2 назад стало понятно, что сотрудники (администраторы) клиники не успевают работать со всей базой клиентов, так на запись пациента на прием затрачивалось более 12 минут администратора, а помимо записи пациентов на прием, у сотрудников были другие обязанности, в связи с чем и пришлось внедрить новую CRM-систему (IDENT) взаимоотношений с пациентами. Клиника работает достаточно давно, за основу были взяты показатели 2017–2018 года, тогда клиника не работала ни с какой CRM-системой, что усложняла работу административного персонала, следовательно и не было как такового большого потока новых пациентов. С 2019 года по моей инициативе в клинике появилась новая модульная CRM-

---

<sup>1</sup> Баранчев В.П. Управление инновациями: учебник. — М.: Изд-во: Юрайт, Ид Юрайт, 2014.

системой IDENT, которая необходима для автоматизации всех процессов, которые связаны с руководством и администрированием стоматологий.<sup>2</sup> Система включает достаточно различные функции:

- расписание врачей;
- учет кассы;
- стандартная документация;
- самостоятельное формирование отчетов;
- дополнительные части, который включает амбулаторную карту пациента, планы лечения, рентгеновские снимки с автоматической загрузкой, CRM, расчет заработной платы, медтехника и т.д.;
- интеграция с почтой;
- база клиентов;
- каталог услуг;
- call-центр и телефония.

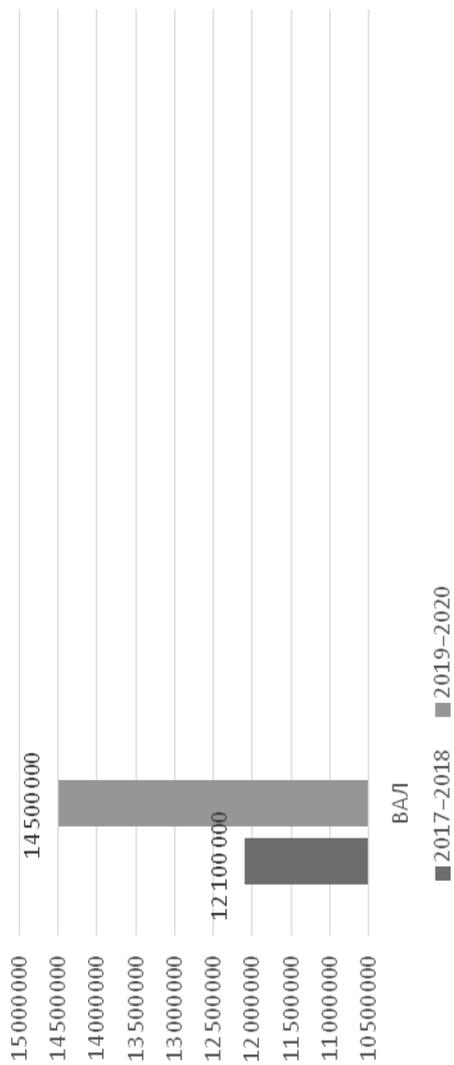
Так, по данным, которые я получил по клинике, есть существенные изменения работы без CRM-системы в 2017–2018 году и после 2019–2020 год. Так как доступа к полным финансовым данным валовой выручки у меня не было, но были данные от заместителя директора годовых итоговых отчетов, уже по ним я выстроил диаграмму с разницей по валовой выручке.

За 2 года работы в IDENT наблюдается тенденция увеличения валовой выручки, так как стабильный приход пациентов, уменьшился отток первичных пациентов. Сейчас, когда есть стабильный CRM-инструмент, который взял на себя много функций, уже к 2019–2020 году, валовая прибыль повысилась на 19,8%. А это огромный толчок для столь конкурентного бизнеса, как стоматология.

Из позитивных тенденций CRM в данной клинике, сократилась текучесть администраторов. За предыдущие года 2017–2018, была огромная текучесть кадров в администрировании, так на администраторах лежало слишком много ответственности и должностных обязанностей, со многими они не справлялись за рабочие часы, кого-то не устраивало соотношение заработной платы и требований. Сейчас при той же заработной плате и сокращении должностных обязанностей, работников больше устраивают условия. Раньше администратор должен был ежедневно

---

<sup>2</sup> Официальный сайт «IDENT»: [Электронный ресурс] // <https://ident24.ru/>.



**Рис. 1. Валовая прибыль клиники до внедрения CRM-системы и после**

Источник: диаграмма, построенная на данных клиники, CRM внедрять стали с 2019 года, поэтому появилась разница в прибыли.

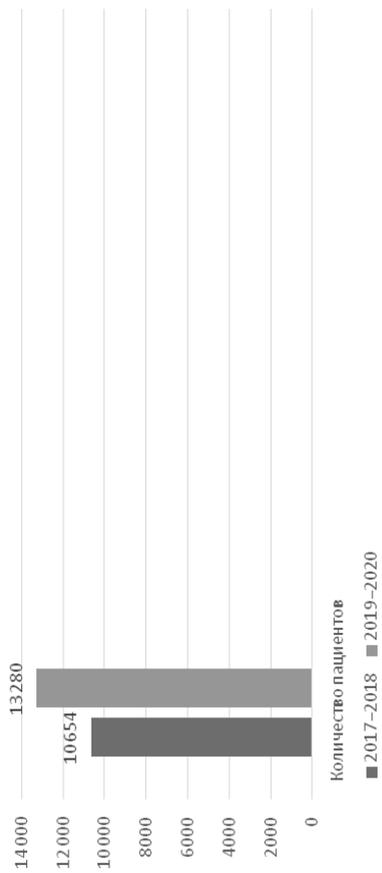
сам обзвонить пациентов и поздравлять всех с днём рождения (а в день их было не по 1 человеку), оповещения об акциях, также совершал администратор, работающий на колл-центре (профосмотры, профгигиена). Сейчас за администратора все это выполняет CRM в лице программного обеспечения IDENT.

Клиентская база клиники быстрее начала расти, так как образовался большой поток новых клиентов, которые узнали о клинике посредством рекламы на различных агрегантах. Так как у IDENT интеграция с лендингами и агрегантами, а от них могут поступать заявки от пациентов, у клиники увеличилась база пациентов. К концу 2018 года было 10 654, а на декабрь 2020 года — 13 280 пациентов, что говорит об ее увеличении на 24,6%.

За счет систем обзвона и подтверждения записи, проблемы в расписании стали занятыми, то есть зарплата врачей окупается, и они не сидят часами без дела, так как зарплата зависит не только от проведённого времени на работе, но и от количества пациентов и выполненной работы. При помощи IP телефонии, легче стало отслеживать работу администраторов, регулировать форс-мажорные обстоятельства, предупреждать о каких-то срочных изменениях и фиксировать звонки. Далее в IDENT есть раздел конверсия администраторов, которая помогает старшему администратору или управляющему клиники понять, насколько хорошо работают администраторы клиники, не теряют ли они пациентов, на начальном этапе общения.

*Эффекты от внедрения автоматического функционала CRM:*

- клиника стала меньше терять своих потенциальных пациентов,
- приглашать на профосмотры бесплатные, если же нет свободного времени, а пациент очень хочет попасть к определённом врачу или на услугу, сейчас есть раздел «лист ожидания», куда вносятся пациенты с пометками. Раньше это заполняли администраторы от руки в журналах, и это занимали больше времени и сил.
- смс-рассылки, которые в 2 раза сократили работу администраторам и соответственно их количество, если раньше в смене было 3 человека, 1 администратор на ресепшн, 2 других на call-центре, то сейчас 2 человека в смену, 1 call-центр, 1 на ресепшн.
- помощь и руководству, так как система сама считает заработную плату сотрудникам, если выставить нужное соотношение и % вычитание, а это сокращает работу заместителя и бухгалтера.



**Рис. 2. Рост базы данных до внедрения CRM и после.**

Источник: диаграмма, построенная на данных клиники, CRM внедрять стали с 2019 года, поэтому появилась разница в росте базе пациентов.

Сравнительная таблица до внедрения CRM и после (2017–2020 год)

	До применения CRM-системы IDENT (2017-2018)	После применения CRM-системы IDENT (2019-2020)
Текущая административного персонала	Ежемесячная текучесть административного персонала (за 2 года сменилось более 22 администраторов), причина ухода: 2 декрет, 2 переезд, 5 не устраивает график, 13 неуставаемость)	Сокращение текучести административного персонала (за 2 года сменилось лишь 11 администраторов), причина ухода: 3 декрет, 4 переезд, 3 не устраивает график работы, 2 неуставаемость) ↓
База пациентов	Количество пациентов 10 654	Количество пациентов 13 280 ↑
Валовая прибыль	12 100 000	14 500 000 ↑
Расчет заработной платы	Вручную выполнялся заместителем директора и бухгалтерией, требуется более нескольких часов	Автоматизированный подсчет программы, требуется 2 минуты ↓
Документация	Раньше печатались самостоятельно после каждого пациента	Сейчас программа автоматически печатает всю необходимую документацию после каждого пациента
Обзвон/смс-оповещения	Администратор должен был перебирать все амбулаторные карты вручную, чтобы отследить все последние визиты	Автоматическое напоминание об обзвонах, смс-оповещения с днями рождениями, предстоящими акциями и обзвонены пациентов на профгигиену

Источник: Составлена самостоятельно мною сравнительная таблица по предоставленным данным.

Благодаря данной системе клиника автоматизировала работу в стоматологии, так как теперь удобное расписание двух смен в одном окне, есть комментарии к визитам пациентам, появилась возможность работы со страховыми компаниями, расчеты пациентов, распечатка актов выполненных работ, ИДС<sup>3</sup>, история посещения пациентов и оплата в электронном виде, за счет чего легче стало высчитывать зарплату врачей (точнее программа сама считает за вас валовую выручку врача и % с этих работ, которые вы можете сами регулировать. Также для врачей появилась функция интеграции с google-календарями, что дает возможность врачам прослеживать за своими приемами. Единственный, возможно, минус системы — это ее дороговизна.

На сегодняшний день, внедряемый CRM-инструмент, окупает себя и учитывая данные по 2019–2020 году, был составлен прогноз до 2022 года с перспективой развития и подъема валовой прибыли.

#### **Список литературы**

1. Баранчев В.П. Управление инновациями: учебник. — М.: Изд-во: Юрайт, Ид Юрайт, 2014.
2. Донкин В. Как увеличить прибыль стоматологии? Маркетинговые стратегии. Бизнес-стратегии. 280 с.
3. Официальный сайт «IDENT»: [Электронный ресурс] // <https://ident24.ru/>.

#### **References**

1. Barancheev V. P. Innovation management: textbook. — Moscow: Publishing House: Yurayt, Yurayt Publishing House, 2014.
2. Donkin V. How to increase the profit of dentistry? Marketing strategies. Business strategies. 280 p.
3. Official website of MIDENT»: [Electronic resource] // <https://ident24.ru/>.

---

<sup>3</sup> Донкин В. Как увеличить прибыль стоматологии? Маркетинговые стратегии. Бизнес-стратегии. 280 с.