



**ПАТИЕНТ JOURNEY
ТЕРПЕЛИВОЕ
ПУТЕШЕСТВИЕ К
ЧЕЛОВЕКО-
ЦЕНТРИЧНОЙ
КЛИНИКЕ**

Who are you, mister Ostromensky?

Директор, главный врач сети клиник
«МЕДСИ Санкт-Петербург», врач акушер-
гинеколог, к.м.н.

Заведующий кафедрой акушерства и
гинекологии с курсом репродуктивной
медицины ЧОУ ДПО «Академия
медицинского образования им. Ф.И.
Иноземцева»



Who are you, mister Ostromensky?

Победитель конкурса «Лидеры России»
2018/2019 и
«Лидеры России – Здоровоохранение»
2019/2020

Участник Всероссийского движения
«Вдохновители»,
Приглашенный лектор программ MBA
и дополнительного образования
ВШМ СПбГУ и ВЭШ СПбГЭУ



МЕДСИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



ПОЛИКЛИНИКА: 28 направлений, более 200 врачей, запись в приложении **SmartMed**

СТАЦИОНАР 24/7: комфортабельные палаты

ЛУЧЕВАЯ ДИАГНОСТИКА: КТ, МРТ, рентген

СТОМАТОЛОГИЯ

СОБСТВЕННАЯ ЛАБОРАТОРИЯ полного цикла.

АПТЕЧНЫЙ ПУНКТ



ЧТО МЫ ХОТЕЛИ



**РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТИ
И ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ**



**ДОСТИЖЕНИЕ ВЫСОКОГО
ПОКАЗАТЕЛЯ ЛОЯЛЬНОСТИ**



**УЛУЧШЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**





КАК ЭТО СДЕЛАТЬ?

Медицина полного цикла

Акцент на эмоциях и психологической поддержке – место, где вам становится хорошо

Улучшение опыта внутренних (сотрудники) и внешних (пациенты) клиентов



Партнерские
взаимоотношения
«врач – пациент»



Высокий уровень
сервиса



Персонализированный
подход



Стандарты
доказательной
медицины

КЛИНИКА – ЭТО КАК?

ТЯЖЕЛО

БОЛЬНО

СТРАШНО



РУТИНА

ПРОБЛЕМЫ

СКУКА

КЛИНИКА – ДЛЯ КОГО?

ПАЦИЕНТ



СОТРУДНИК

КЛИНИКА – ЭТО...

**Клиника – это место, где тебе
станет хорошо**

Как это сделать?

СУТЬ ПРОЕКТА



ЭТАПЫ

ТРАНСФОРМАЦИЯ КЛИЕНТСКОГО

ОПЫТА для выделения
конкурентного
преимущества и
лидерских позиций на
рынке

- **ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО ПОЛОЖЕНИЯ**
- **РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ИЗМЕНЕНИЯ
КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА**
- **СОЗДАНИЕ ПРОСТРАНСТВА ЭМОЦИЙ**
- **РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ
ОПЫТА ВНУТРЕННЕГО КЛИЕНТА**

ЭТАПЫ



- **ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО ПОЛОЖЕНИЯ:**
составление CJM для внутренних и внешних клиентов
- РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ИЗМЕНЕНИЯ
КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА
- СОЗДАНИЕ ПРОСТРАНСТВА ЭМОЦИЙ
- РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ
ОПЫТА ВНУТРЕННЕГО КЛИЕНТА

Кто наши внешние клиенты?

1. Пациенты
2. Страховые компании
3. Благотворительные фонды
4. ТФОМС
5. Юридические лица
6. Партнеры

Виды взаимодействия внутренних клиентов

1. Сотрудники внутри компании
2. Сотрудник – IT-отдел
3. Сотрудник – Отдел персонала
4. Сотрудник – Рабочая среда
5. Сотрудник – Администрация клиники
6. Сотрудник – Услуги клиники

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ?

Создали Customer Journey Map для:

1. Внешнего клиента – пациента, госпитализирующегося в стационар для выполнения операции
2. Внешнего клиента – пациента, обратившегося за амбулаторной помощью
3. Внутреннего клиента – кандидата на работу
4. Внутреннего клиента – сотрудника клиники

	Возникновение потребности	Поиск информации	Оценка вариантов	Выбор клиники	Пользование результатами
Задача / мотивация					
Действия персонала					
Точка контакта					
Эмоции					
Проблемные моменты					

ЭТАПЫ



- ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО ПОЛОЖЕНИЯ
- **РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА:** глубинные интервью, внутренний аудит качества оказания услуг
- СОЗДАНИЕ ПРОСТРАНСТВА ЭМОЦИЙ
- РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ ОПЫТА ВНУТРЕННЕГО КЛИЕНТА

Задача аудита безопасности – предотвращение и снижение уровня риска, числа ошибок и масштабов вреда, причиняемого пациентам в процессе оказания медицинской помощи.

Мы извлекаем уроки из ошибок и нежелательных явлений



Поколение Z 1997-2012	Активно используют планшеты, смартфоны и 3D-реальность. Интернет доступен практически где угодно и в любой момент через смартфоны = « <u>цифровой человек</u> »	12.5%
Поколение Y Миллениалы 1981-1996	Развитие технологий сетевой коммуникации: электронная почта, СМС и других новых медиа-ресурсов (YouTube, соц.сети). Многозадачность в использовании средств коммуникации: могут одновременно чатиться с несколькими людьми, читать сайт на другую тему, следить за обновлениями в Твиттере и блогах.	42,8%
Поколение X 1965-1980	Технологии начали меняться многократно на глазах, вызывая взрыв социальных трансформаций. Именно это поколение знает жизнь вне эры интернета. Они могут сравнить и понять преимущества и недостатки информационных технологий и темпа их изменений.	34%
Бэби-Бумеры 1946-1964	Бумеры жили и работали в эпоху, когда использование компьютеров было признаком разделения поколений. Чаще всего в Интернете читают новости, получают информацию с государственных веб-сайтов и скачивают музыку.	10,5%
Молчаливое поколение 1928-1945	3 из 5 представителей "молчаливого поколения" пользуются Интернетом регулярно	0.2%

НЕЖЕЛАТЕЛЬНОЕ СОБЫТИЕ

Это событие, возникшее в результате изменения обстоятельств и условий деятельности, повлекшее за собой причинение (риск причинения) вреда пациенту (повлиять на сроки лечения) или сотруднику, либо негативные изменения в деятельности медицинской организации

применение лекарственных средств

обращение медицинских изделий

оказание медицинской помощи

ИСМП

безопасность среды организации

нарушение информационной безопасности

нормы медицинской этики и деонтологии

ЭТАПЫ



- ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО ПОЛОЖЕНИЯ
- РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА
- **СОЗДАНИЕ ПРОСТРАНСТВА ЭМОЦИЙ:**
проведение творческих мероприятий в Атриуме клиники, найм больничных клоунов, создание электронной библиотеки
- РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ ОПЫТА ВНУТРЕННЕГО КЛИЕНТА

ИСЦЕЛЯЮЩАЯ ИНФРАСТРУКТУРА



ЭТАПЫ



- ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО ПОЛОЖЕНИЯ
- РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА
- СОЗДАНИЕ ПРОСТРАНСТВА ЭМОЦИЙ
- **РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ ОПЫТА ВНУТРЕННЕГО КЛИЕНТА:**
внедрение Службы Заботы, «Открытой Среды», выделение зоны коворкинга

Учёт нежелательного события



Внедрение



Задачи

- упрощение ввода и анализ данных
- сокращение времени оформления события
- автоматическое информирование ответственных должностных лиц
- совершенствование клинических процессов
- прогнозирование и идентификация потенциальных рисков
- включение в учёт филиалов клиники



Этапы

- разработка QR-кода с простой формой для регистрации НС
- разработка алгоритма реагирования на НС
- поэтапное введение нового способа
- вовлечение сотрудников
- открытое обсуждение с сотрудниками результатами учёта

1 этап

7 QR-кодов

Тренинги на местах

Вовлечение всего персонала

2 этап

Демонстрация результатов

Тренинги в группах для всех сотрудников

Доработка алгоритма учёта и анализа

3 этап

120 QR-кодов

Поиск оптимального способа автоматизации анализа

Разработка корректирующих мероприятий

Поиск оптимального способа автоматизации анализа

МИС

Портал МЕДСИ

Отдельная программа


?




СЛОЖНОСТИ



СЛОЖНОСТИ



Низкая
вовлеченность
на начальном
этапе



Неудобство
действующей
системы учёта
в МО

Боязнь
последствий

Нет стандарта
учёта ИС



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ



ОРИЕНТИР НА ПСИХОЛОГИЧЕСКУЮ ПОМОЩЬ СОТРУДНИКАМ



БЫЛА СОБРАНА КОМАНДА, КОТОРАЯ ГЕНЕРИРУЕТ ИДЕИ И ВЫЯВЛЯЕТ ТОЧКИ РОСТА



ПООЩРЕНИЕ ПРОАКТИВНОСТИ



ЧТО ПОЛУЧИЛОСЬ?

- Путь пациента и сотрудника стал более комфортным – **атмосфера доверия и безопасности**
- Сотрудники и руководители уделяют внимание мелочам
- **Мы – клиника качественной помощи** и положительного **настроения**

- **Адаптация** сотрудников на всех этапах
- **Клиника получила Сертификат качества** и безопасности оказания медицинской помощи Национального института качества Росздравнадзора
- **Количество обращений** в клинику за 1,5 года **выросло более чем в 2,4 раза**. Рост NPS на 27 п.п.



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**

