

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علوم پزشکی و
خدمات بهداشتی درمانی تهران

نحوه جذب بیماران بین
الملل

معاونت درمان
۱۴۰۲/۰۵/۲۵



ورود مستقیم بیمار بی واسطه

❖ راه های آشنایی بیمار با بیمارستان:

شناخت قبلی، معرفی آشنایان، ارتباط مستقیم با پزشک، سایت بیمارستان، تبلیغات در شبکه های تلویزیونی و فضای مجازی و...

❖ اولین مواجهه احتمالی بیمار:

اطلاعات- نگهداری- پذیرش- واحد IPD - پرسنل بیمارستان

❖ اقدامات موثر:

- آموزش کلیه پرسنل بیمارستان اعم از نگهداری، اطلاعات، پذیرش و سایر پرسنل بیمارستان
- در نظر گرفتن فضای مناسب برای واحد IPD
- تقویت سایت بیمارستان
- ارتقا رضایت سنجی بیماران
- تبلیغات مستمر
- نصب تابلوهای راهنمای چند زبانه

جذب بیمار از طریق شرکت های طرف قرارداد دانشگاه

❖ نحوه انتخاب شرکت ها

❖ مدارک مورد نیاز جهت عقد قرارداد

چالش:

- علیرغم ابلاغ قراردادها و فرایندها هنوز برخی از بیمارستان ها بی اطلاع از نحوه پرداختی ها می باشند.

- عدم پاسخ به موقع به پرونده های ارسالی



جذب بیمار از طریق شرکت های طرف قرارداد دانشگاه

❖ برخی از مفاد قرارداد

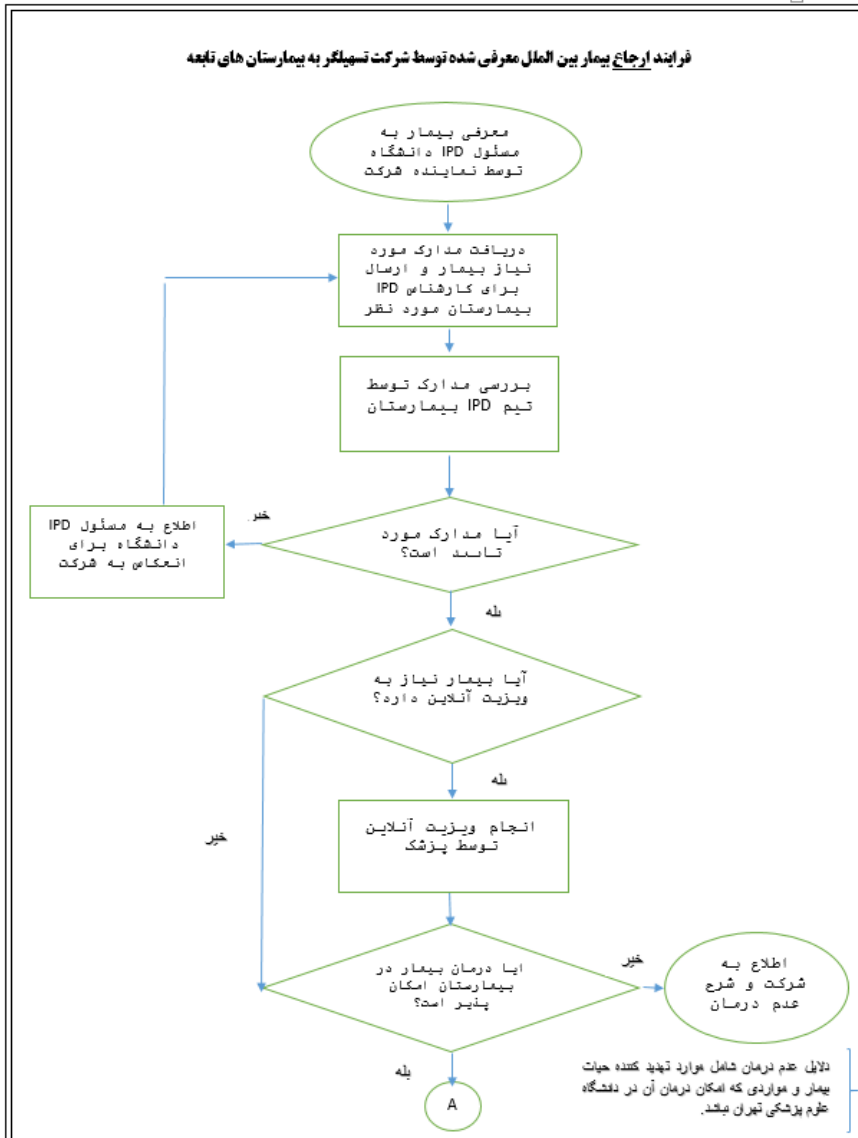
- مسئولیت مستقیم کلیه امور غیر پزشکی بیمار و همراهان وی، همچنین کلیه هزینه‌های اعزام بیماران بین‌الملل اعم از دریافت ویزا، پرواز، اقامت، امور امنیتی، و تردد قانونی، تبدیل ارز بر عهده شرکت‌ها می‌باشد و مراکز درمانی مسئولیتی در قبال این موارد ندارند.
- شرکت‌ها ملزم می‌باشند با توجه به زبان محاوره‌ای بیمار یک مترجم در معیت بیمار از ابتدا پذیرش تا ترخیص از مرکز درمانی و فالو آپ بیمار قرارداد دهد.
- شرکت‌ها نباید در نحوه درمان بیمار و تشخیص نوع بیماری دخالت نمایند و در صورت مشکل فقط با کارشناس IPD و یا مسئول گردشگری سلامت معاونت درمان دانشگاه هماهنگ نماید.
- شرکت‌ها می‌بایست کلیه مدارک هویتی بیمار را در اختیار کارشناس IPD بیمارستان قرار دهند.
- شرکت‌ها نباید مقاومتی نسبت به انعقاد قرارداد بیمارستان با بیمار داشته باشند.



جذب بیمار از طریق شرکت های طرف قرارداد دانشگاه

❖ فرایند اجرایی

فرایند ارجاع بیمار بین الملل معرفی شده توسط شرکت تسهیلگر به بیمارستان های تابعه



جذب بیمار از طریق شرکت های طرف قرارداد دانشگاه

❖ گزارش عملکرد

گزارش شرکت در خصوص عملکرد قرارداد - سال 1402

بیماران	نام بیمارستان	نام و نام خانوادگی بیمار	سرویس درخواستی / تشخیص	نام شرکت	کشور مبدا	وضعیت ارائه خدمت توسط شرکت	توضیحات در صورت عدم ارائه خدمت	بیماران معرفی شده توسط شرکت جهت درمان
								معرفی شده توسط شرکت جهت درمان



جذب بیمار از طریق شرکت های طرف قرارداد دانشگاه

❖ نمونه قرارداد

تاریخ: ۱۴۰۱/۱۱/۲۳
شماره: ۵۷۸/۵۱/۱۴۰۱
پوست

قرارداد گردشگری سلامت
(دفتر خدمات مسافرت هوایی فطرس)


دانشگاه علوم پزشکی و خدمات
بهداشتی - تهران

ماده ۱- نام طرف اول: دفتر خدمات مسافرت هوایی فطرس	نماینده طرف اول: سعید زالی
سمت: مدیر عامل	کد ملی: ۰۰۵۴۲۳۸۷۷۰
مجوز: گواهینامه دفتر خدمات مسافرتی و گردشگری سلامت از وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به تاریخ: ۱۴۰۲/۱/۲۳	
آدرس: خیابان استاد نجات الهی - خیابان سهند شرقی - پلاک ۳۶ - طبقه اول شماره تلفن: ۸۸۸۹۹۱۱۱	
ماده ۲- نام طرف دوم: دانشگاه علوم پزشکی تهران	شناسه ملی: ۱۴۰۰۳۴۱۰۷۲۰
نماینده طرف دوم: دکتر رامین رحیم نیا	سمت: معاونت توسعه مدیریت و برنامه ریزی منابع
آدرس: بلوار کشاورز - نبش خیابان قدس - دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران تلفن: ۰۲۱-۸۱۶۳۳۵۵۱	
ماده ۳- مجوز قرارداد: این قرارداد به استناد مجوز شماره ۱۴۰۱/۱۱/۵۱/۸۱۹۱ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۲۳ دومین جلسه کارگروه توزیع درآمد اختصاصی و نامه شماره ۱۴۰۱/۱۱/۵۱/۲۴۲۶ مورخ ۱۴۰۱/۲/۳۱ مدیر امور حقوقی منعقد گردید.	
ماده ۴- موضوع قرارداد: عبارت است خرید خدمت از دانشگاه علوم پزشکی تهران جهت ارائه خدمات تشخیصی، درمانی و بازتوانی به صورت بستری و سرپایی مورد نیاز بیماران بین المللی در حوزه تخصصی کلیه بیمارستان های تابعه دانشگاه علوم پزشکی تهران یا در نظر گرفتن پتانسیل های موجود و ظرفیت و توانمندی های متقابل طرفین.	
ماده ۵- مدت قرارداد: مدت قرارداد از تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۰۱ لغایت ۱۴۰۲/۱۰/۳۰ به مدت یکسال است. تبصره: تمدید قرارداد یک ساله و بازنگری درصد در هر سال، پس از تحلیل کارکرد در پایان هر سال براساس نظریه کارشناس رسمی دادگستری یا کارشناسان منتخب دانشگاه و کارگروه توزیع درآمد اختصاصی و توافق طرفین امکناپذیر خواهد بود.	
ماده ۶- مبلغ قرارداد: ۱- ۶ درصد مشارکت مورد توافق طرفین بصورت ۷۵٪ سهم طرف دوم و ۲۵٪ که ۵٪ از بیست و پنج درصد جهت هزینه بیمارار توسط مشارکت کننده هزینه شود سهم طرف اول از کل درآمد ناخالص (خدمات تشخیصی، درمانی و بازتوانی به بیمار گردشگری سلامت) می باشد. که مبنای تسهیم آن بر اساس نظریه کارشناس رسمی دادگستری یا کارشناسان منتخب دانشگاه و کارگروه توزیع درآمد اختصاصی می باشد. مبلغ مذکور به شماره حساب ۲۷۶۱۹۰۰۳۳۵ به نام درآمد اختصاصی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران به شماره شناسه شرح لیست پیوست واریز گردد. (به انضمام پیوست نظریه کارشناسی غیر قابل تفکیک از قرارداد) ۲- ۶ در صورتیکه بیماری خارج از قرارداد و به صورت مستقیم و با طرق دیگر به بیمارستان مراجعه کرد و در صورت درخواست بیمارستان، از طریق نماینده طرف دوم به طرف اول ارجاع می گردد؛ سهم طرف اول در این روش ۵٪ و سهم طرف دوم ۹۵٪ خواهد بود و این مبلغ مازاد سهم طرف اول در موضوع ماده ۶ محاسبه خواهد گردید.	





جذب بیمار از طریق سایر شرکت ها بدون قرارداد

❖ راه های آشنایی شرکت ها با بیمارستان:

شناخت قبلی، معرفی همکاران، سایت بیمارستان، تبلیغات در شبکه های تلویزیونی و فضای مجازی، نمایشگاه های مرتبط (بازدید کننده - غرفه)

❖ اولین مواجهه احتمالی شرکت:

کارشناس IPD - پزشک بیمارستان - اداره گردشگری سلامت معاونت

❖ اقدامات موثر:

- تقویت سایت بیمارستان
- تبلیغات مستمر
- حضور در نمایشگاه های بین المللی مرتبط
- برپایی غرفه
- تولید محتواهای با کیفیت و جذاب
- تهیه کلیپ معرفی مرکز درمانی
- توجیه پزشکان برند مرکز و جلب همکاری

جذب بیمار از طریق واسطه ها

❖ راه های آشنایی واسطه ها با بیمارستان:

(واسطه ها شامل: پزشکان کشور دیگر- دلان / مترجمان- دانشجویان بین الملل- سفارت ها- بیمارستان های دیگر و...)

شناخت قبلی، درخواست بیمار، ارتباط با پزشک، معرفی همکاران، سایت بیمارستان، تبلیغات در شبکه های تلویزیونی و فضای مجازی، نمایشگاه های مرتبط (بازدید کننده)

❖ اولین مواجهه احتمالی واسطه ها:

اطلاعات- نگهبانی- پذیرش- واحد IPD - پزشک بیمارستان- اداره گردشگری سلامت معاونت

❖ اقدامات موثر:

- ارتباط مستقیم با پزشکان کشورهای دیگر
- تعامل با دانشجویان بین الملل بیمارستان
- برپایی غرفه در نمایشگاه ها
- آموزش کلیه پرسنل بیمارستان اعم از نگهبانی، اطلاعات، پذیرش و سایر پرسنل بیمارستان
- در نظر گرفتن فضای مناسب برای واحد IPD
- تقویت سایت بیمارستان
- ارتقا رضایت سنجی بیماران
- تبلیغات مستمر
- نصب تابلوهای راهنمای چند زبانه

جذب بیمار از طریق واسطه ها

❖ قانون دانشگاه در خصوص واسطه ها:

در صورتی که بیمار توسط واسطه ها به بیمارستان مراجعه نماید می بایست به یکی از شرکت های طرف قرارداد ارجاع شوند.

بازاریابی

در نظر داشته باشید که پایداری برندها و اثر گذاری
آن ها تا حصول نتیجه نیاز به استمرار و تولید
محتوای با کیفیت دارد.

بازاریابی

لازمه بازاریابی شناخت مشتری، بازار هدف، بررسی نیازهای مشتری و تهیه یک بسته مشخص و متمایز با توجه به آن نیاز است.

؟ چه چیز ارزشمندی برای عرضه به بیماران بین المللی دارید؟

؟ اینکه بازار عراق یک بازار مناسب برای گردشگری سلامت ایران است آیا می توان هر نوع خدمات درمانی جدید را در این بازار اضافه کنیم؟

تقسیم بندی بازار هدف

یک قالب مناسب همه نیست

یک بیمار عراقی به دنبال یک مقصد ارزان قیمت است و بیمار اروپایی به دنبال یک مقصد پرتر بالینی با شهرت بین المللی

عوامل موثر در انتخاب بازار هدف: علاقه- قدرت خرید-قابلیت دسترسی

بازار بالقوه: بازاری که علاقه به خرید خدمات سلامت شما در آن وجود داشته باشد.

علاقه به خرید خدمات سلامت از ایران در کدام کشورها وجود دارد و چرا؟

بازار در دسترس: بازاری که قدرت خرید و علاقه در آن وجود داشته باشد.

بازار در دسترس واجد شرایط: بازاری که قدرت خرید و علاقه و قابلیت دسترسی در آن وجود داشته باشد.

کشورهایی که منع صدور ویزا به ایران در آنها حاکم است!

استراتژی بازاریابی در گردشگری سلامت

یک قالب مناسب همه نیست

دیجیتال مارکتینگ، استراتژی محتوا، استراتژی سوشال مدیا، استراتژی B2B، آفلاین و...

- چند درصد از مردم عراق از طریق واتس اپ به شماره تماسی که در سایت شرکت خود گذاشته اید، زنگ می زنند؟
- چند درصد مردم عراق از سایت شما پکیج های درمانی کامل را انتخاب می کنند؟

استراتژی بازاریابی در گردشگری سلامت

نمونه های آفلاین مارکتینگ: نصب کیوسک های تبلیغاتی در مرزهای زمینی، فرودگاه های عراق و یا مراکز پر ترددی مانند پاساژهای تجاری، تاسیس دفتر، بخش تراکت تبلیغاتی (بروشورهای چاپی پر محتوا که شامل قیمت خدمات، نوع ارائه به همراه پیشنهادات جذاب رایگان).

نمونه استراتژی **B2B**: قراردادهای **B2B** با شرکت ها و آژانس های هواپیمایی

استراتژی های بازاریابی در دانشگاه علوم پزشکی تهران / بیمارستان ها :

1. راه اندازی سایت گردشگری سلامت
2. برپایی غرفه در نمایشگاه های بین المللی
3. توزیع بروشور تبلیغاتی در نمایشگاه ها
4. مذاکرات B2B با شرکت ها و نمایندگان خارجی
5. حضور در نمایشگاه های بین المللی
6. تهیه فیلم های آموزشی
7. تهیه فیلم رضایتمندی بیمار
8. تهیه کلیپ معرفی مرکز درمانی به زبان عربی و انگلیسی
9. تبلیغات در شبکه های تلویزیونی

سپاس از توجه شما