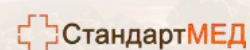


Как не остаться без пациентов из SEO в 2026-27.

Нестандартные решения клиники Temed



Виктор Чистилин

- ❖ Создал курс: «SEO - оптимизация сайта клиники»
- ❖ Руководитель TRINET.Medicine
- ❖ Автор книги «Витамины для сайта»
- ❖ 20+ лет в медицинском маркетинге
- ❖ 4 наших клиента в топ-20 Forbes



TRINET.Group

- ❖ IT компания с 26-летней историей
- ❖ Резиденты Сколково
- ❖ Сделали Elama
- ❖ №1 по SEO (СЗФО)
- ❖ Топ 10 по SEO (Россия)
- ❖ Своя школа SEO специалистов (SEO CLUB)



Подарки слушателям выступления Виктора Чистилина

18.09.2026 Онлайн

Доступные подарки



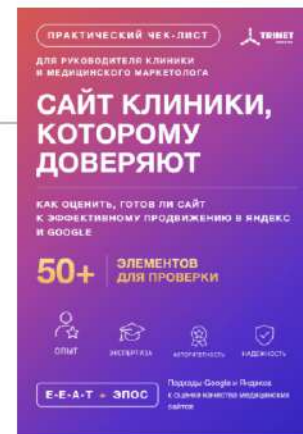
Чек-лист:
«Симптомы и
заболевания»

Скачать чек-лист



Презентация
доклада с
«МЕДИнсайд. Время
визионеров»

Получить подарок



Оставь отзыв —
получи чек-лист
«Сайт клиники,
которому доверяют»

Забрать подарок

ВРЕМЯ ВИЗИОНЕРОВ
МЕДИНСАЙТ
Медицинская конференция **ONLINE**

18 СЕНТЯБРЯ

АВТОМАТИЗАЦИЯ
И МАРКЕТИНГ



Стратегическая консультация для роста пациентопотока вашей клиники

На консультации разберём:

- **карту потерь пациентов**

Найдём слабые места на каждом этапе пути пациента и точки, где клиника теряет обращения и выручку

- **стратегию по повышению пациентопотока**

Конкретные решения и приоритеты, которые дадут максимальный результат

Цель — больше записей и выручки за счёт точечных изменений, которые дадут результат

Запишитесь на консультацию

Заполните анкету, чтобы мы знали, как с вами связаться

Имя

+7



912 345-67-89



Отправляя заявку, вы соглашаетесь на обработку [персональных данных](#)

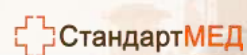
Записаться



Почему этот доклад появился именно сейчас



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



Что говорят ваши коллеги?

- Реклама дорожает
- CPA пациента увеличивается
- Жесткая конкуренция
Госучреждения генерируют 10–15% дохода за счет платных услуг и продолжают наращивать эту долю
- Пациенты стали осторожнее в тратах
- Часть спроса перетекает в сегмент ОМС
- Оптимизация бюджетов

ВСЕ 3 ДНЯ
КОНФЕРЕНЦИИ
НА САЙТЕ



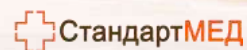
ПУТЬ ПАЦИЕНТА: ОТ ПОТРЕБНОСТИ К ЗАПИСИ



Как сохранить поток пациентов без роста бюджета?



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ



Клиника до 1 года

Ограниченные ресурсы.
Привлечение своими силами.



Минимальный бюджет



Всё своими силами



Фокус на быстрых результатах



Клиника до 3 лет

Появляется бюджет и опыт.
Подключаются новые каналы.



Бюджет растёт



Привлекаются подрядчики
на отдельные задачи



Тестирование новых каналов
и инструментов



Клиника > 3 лет

Полноценный маркетинговый бюджет.
Управление и масштабирование.



Полноценный бюджет
на маркетинг и тесты



Управление каналами —
профессионалам



Контроль, аналитика,
рост эффективности

Распределение бюджета

БЮДЖЕТ	СТАРТ / РАЗВИТИЕ	ПОДДЕРЖКА
 Агрегаторы	25%	20%
 Сайт	40%	20%
 Реклама (SEO / Контекст / Target)	10%	35%
 Гео-сервисы	15%	15%
 SERM	5%	5%
 Продакшн	5%	5%



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



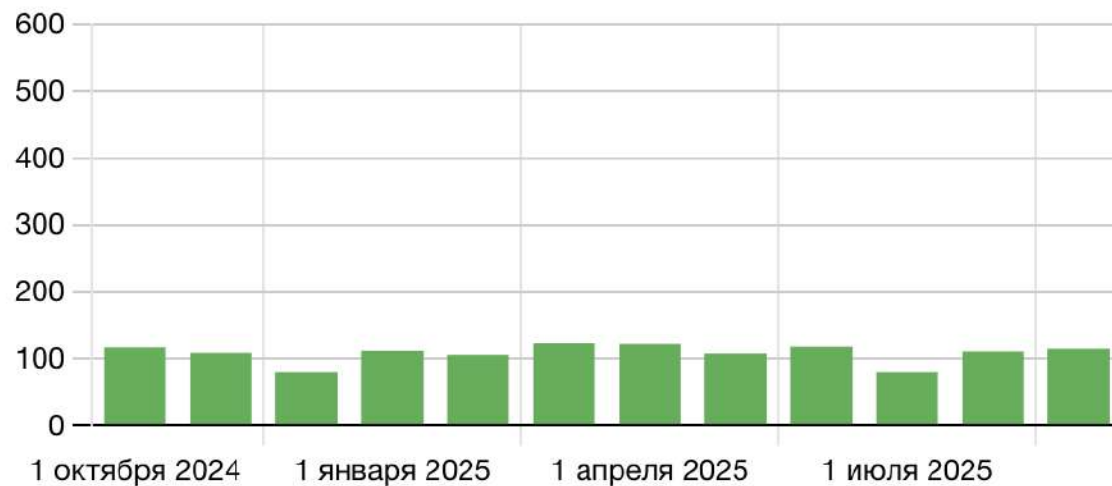
ТОП эффективных каналов

КАНАЛ	ОТВЕТСТВЕННЫЙ
 Гео-сервисы	самостоятельно
 Контекстная реклама	самостоятельно
 Агрегаторы	агентство медицинского маркетинга
 SEO	агентство медицинского маркетинга



АГРЕГАТОРЫ (ПРОДОКТОРОВ)

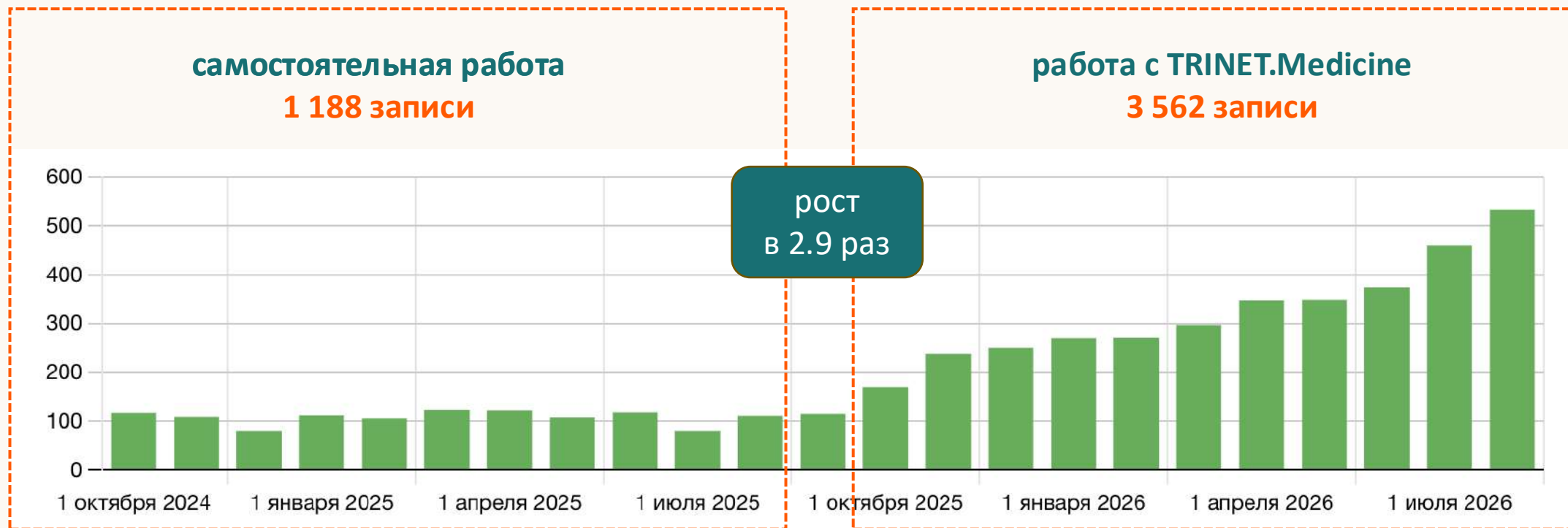
самостоятельная работа



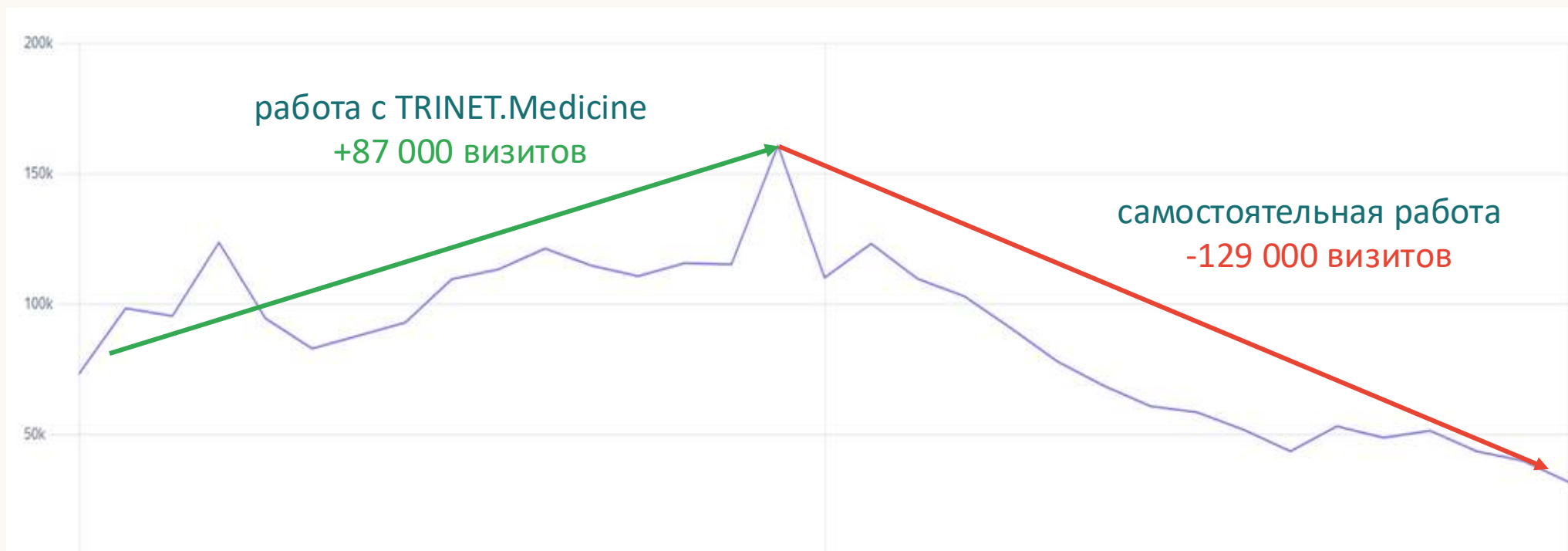
АГРЕГАТОРЫ (ПРОДОКТОРОВ)



АГРЕГАТОРЫ (ПРОДОКТОРОВ)



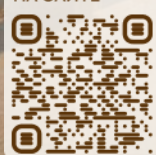
SEO



Опрос

1. У кого есть подрядчик по SEO?
2. Вы растете по трафику с ПС?
3. Знаете ли вы что такое E-E-A-T и ЭПОС?

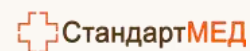
ВСЕ 3 ДНЯ
КОНФЕРЕНЦИИ
НА САЙТЕ



Почему SEO антикризисный инструмент



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



Почему SEO снижает стоимость пациента?

МЕСЯЦ	СТОИМОСТЬ SEO	КОЛИЧЕСТВО ПП	ВЫРУЧКА	СТОИМОСТЬ ПП
май	120 000 ₽	138	1 456 998 ₽	869 ₽
июнь	120 000 ₽	214	1 531 102 ₽	560 ₽
июль	120 000 ₽	273	1 536 139 ₽	439 ₽
август	120 000 ₽	310	2 247 193 ₽	387 ₽
сентябрь	120 000 ₽	262	1 942 252 ₽	458 ₽
октябрь	120 000 ₽	328	2 023 105 ₽	365 ₽
ноябрь	120 000 ₽	365	2 759 650 ₽	328 ₽

На каком уровне находитесь вы?

3 уровня услуг SEO для маркетологов клиник

1 УРОВЕНЬ – ПОКУПАЕТ ОБЕЩАНИЯ



💰 **БЮДЖЕТ**
30 000 – 80 000 ₽

📋 **КРИТЕРИЙ ВЫБОРА**
Цена

❓ **ГЛАВНЫЙ ВОПРОС**
Сколько стоит?

🛡️ **ТРЕБУЕТ**
Гарантии

📄 **ОТЧЁТНОСТЬ**
Формальная

⚠️ **ГЛАВНОЕ**
Низкое качество услуг

РИСКИ:

- Нереалистичные обещания
- Отсутствие стратегии
- Формальные отчёты
- Потеря времени и бюджета

Краткосрочный эффект
или его отсутствие

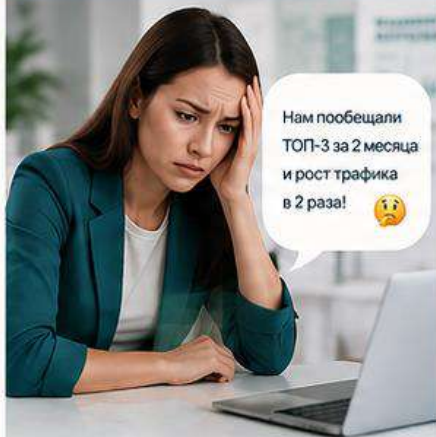


ВЫВОД: РАЗОЧАРОВАНИЕ В SEO

На каком уровне находитесь вы?

3 уровня услуг SEO для маркетологов клиник

1 УРОВЕНЬ – ПОКУПАЕТ ОБЕЩАНИЯ



Нам пообещали
ТОП-3 за 2 месяца
и рост трафика
в 2 раза! 😞

- БЮДЖЕТ**
30 000 – 80 000 ₽
- КРИТЕРИЙ ВЫБОРА**
Цена
- ГЛАВНЫЙ ВОПРОС**
Сколько стоит?
- ТРЕБУЕТ**
Гарантии
- ОТЧЁТНОСТЬ**
Формальная
- ГЛАВНОЕ**
Низкое качество услуг

РИСКИ:

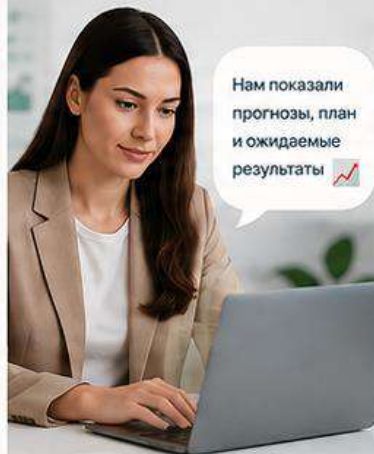
- Нереалистичные обещания
- Отсутствие стратегии
- Формальные отчёты
- Потеря времени и бюджета

Краткосрочный эффект
или его отсутствие



ВЫВОД: РАЗОЧАРОВАНИЕ В SEO

2 УРОВЕНЬ – ПОКУПАЕТ ПРОГНОЗЫ



Нам показали
прогнозы, план
и ожидаемые
результаты 📈

- БЮДЖЕТ**
80 000 – 140 000 ₽
- КРИТЕРИЙ ВЫБОРА**
Прогнозы
- ГЛАВНЫЙ ВОПРОС**
Какие будут результаты?
- ТРЕБУЕТ**
Прогнозы
- ОТЧЁТНОСТЬ**
Есть цифры,
но мало выводов
- ГЛАВНОЕ**
Рост упирается
в компетенции подрядчика

ОГРАНИЧЕНИЯ:

- Прогнозы не гарантируют результат
- Ограниченная экспертиза команды
- Недостаточная глубина стратегии
- Зависимость от исполнителей

Рост есть, но не стабильный
и не максимальный

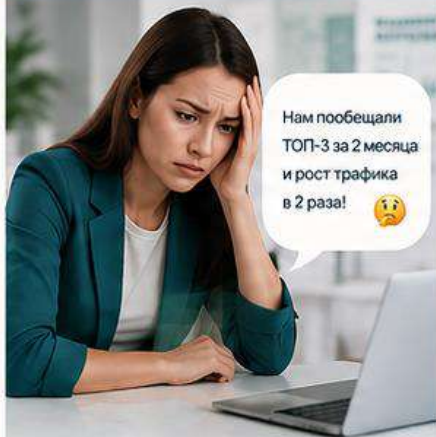


ВЫВОД: ПОИСК БОЛЕЕ СИЛЬНОЙ КОМАНДЫ

На каком уровне находитесь вы?

3 уровня услуг SEO для маркетологов клиник

1 УРОВЕНЬ – ПОКУПАЕТ ОБЕЩАНИЯ



Нам пообещали
ТОП-3 за 2 месяца
и рост трафика
в 2 раза! 😞

- 💰 БЮДЖЕТ
30 000 – 80 000 ₽
- 📋 КРИТЕРИЙ ВЫБОРА
Цена
- ❓ ГЛАВНЫЙ ВОПРОС
Сколько стоит?
- 🛡️ ТРЕБУЕТ
Гарантии
- 📄 ОТЧЁТНОСТЬ
Формальная
- ⚠️ ГЛАВНОЕ
Низкое качество услуг

РИСКИ:

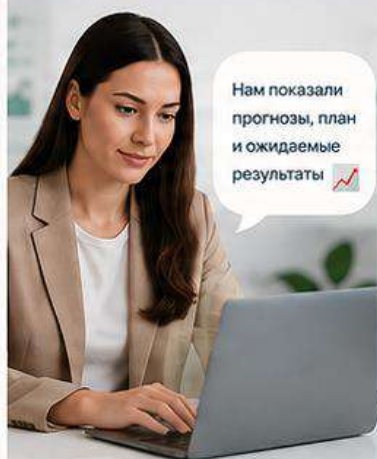
- Нереалистичные обещания
- Отсутствие стратегии
- Формальные отчёты
- Потеря времени и бюджета

Краткосрочный эффект
или его отсутствие



ВЫВОД: РАЗОЧАРОВАНИЕ В SEO

2 УРОВЕНЬ – ПОКУПАЕТ ПРОГНОЗЫ



Нам показали
прогнозы, план
и ожидаемые
результаты 📈

- 💰 БЮДЖЕТ
80 000 – 140 000 ₽
- 📋 КРИТЕРИЙ ВЫБОРА
Прогнозы
- ❓ ГЛАВНЫЙ ВОПРОС
Какие будут результаты?
- 🛡️ ТРЕБУЕТ
Прогнозы
- 📄 ОТЧЁТНОСТЬ
Есть цифры,
но мало выводов
- ⚠️ ГЛАВНОЕ
Рост упирается
в компетенции подрядчика

ОГРАНИЧЕНИЯ:

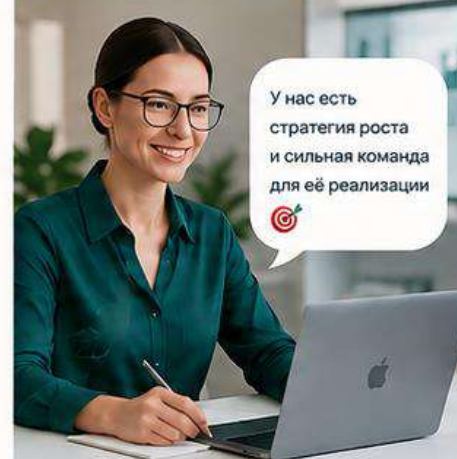
- Прогнозы не гарантируют результат
- Ограниченная экспертиза команды
- Недостаточная глубина стратегии
- Зависимость от исполнителей

Рост есть, но не стабильный
и не максимальный



ВЫВОД: ПОИСК БОЛЕЕ СИЛЬНОЙ КОМАНДЫ

3 УРОВЕНЬ – ПОКУПАЕТ СИСТЕМУ РОСТА



У нас есть
стратегия роста
и сильная команда
для её реализации 🎯

- 💰 БЮДЖЕТ
от 140 000 ₽
- 📋 КРИТЕРИЙ ВЫБОРА
Экспертиза
- ❓ ГЛАВНЫЙ ВОПРОС
За счёт чего будем расти?
- 🛡️ ТРЕБУЕТ
Стратегия развития
- 📄 ОТЧЁТНОСТЬ
Глубокая аналитика
и точки роста
- ⚠️ ГЛАВНОЕ
Постоянный поиск
новых точек роста

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Комплексный подход и экспертиза
- Индивидуальная стратегия роста
- Глубокая аналитика и выводы
- Стабильный рост и результат

Стабильный рост
и развитие проекта



ВЫВОД: ДОЛГОСРОЧНОЕ РАЗВИТИЕ И ЛИДЕРСТВО

Как изменилось поведение пациентов?



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



Что изменилось в алгоритмах?

Google: E-E-A-T



- Experience (Опыт)** — реальный практический опыт
- Expertise (Экспертность)** — профессиональные знания и квалификация
- Authoritativeness (Авторитетность)** — признание специалистов и источников
- Trust (Доверие)** — насколько сайт и клиника надежны и заслуживают доверия

Яндекс: ЭПОС



- Экспертность медицинской информации
- Полезность материалов для пациента
- Оригинальность контента
- Содержательность и полнота ответа



**Google использует концепцию E-E-A-T.
Яндекс — систему ЭПОС.**

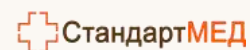
Несмотря на разные подходы, обе поисковые системы пытаются ответить на один и тот же вопрос:

«Можно ли доверять здоровью этой клиники?»

Важнейшие модели ранжирования



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ

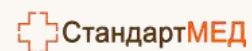


АСПЕКТ	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	ЧТО ДЕЛАТЬ НА САЙТЕ	ПРИОРИТЕТ
 Опыт + Экспертность	Реальный опыт врачей и клиники	Подробные карточки врачей (стаж, кейсы, сертификаты, фото работ)	★★★★★
 Полезность	Страница помогает решить задачу пациента	Чёткие цены, условия, противопоказания, план лечения	★★★★★
 Доверие (Trust)	Пациент и поисковик верят информации	Даты обновления статей, авторы, лицензии, реальные отзывы	★★★★★
 Оригинальность	Контент несёт уникальную ценность	Авторские статьи, клинические случаи, видео врачей	★★★★
 Содержательность	Полно и по делу, без воды	Конкретные преимущества, сравнения, ответы на вопросы	★★★★
 Авторитетность	Репутация клиники и врачей	Публикации в СМИ, награды, научные работы	★★★★

Разбор сайтов

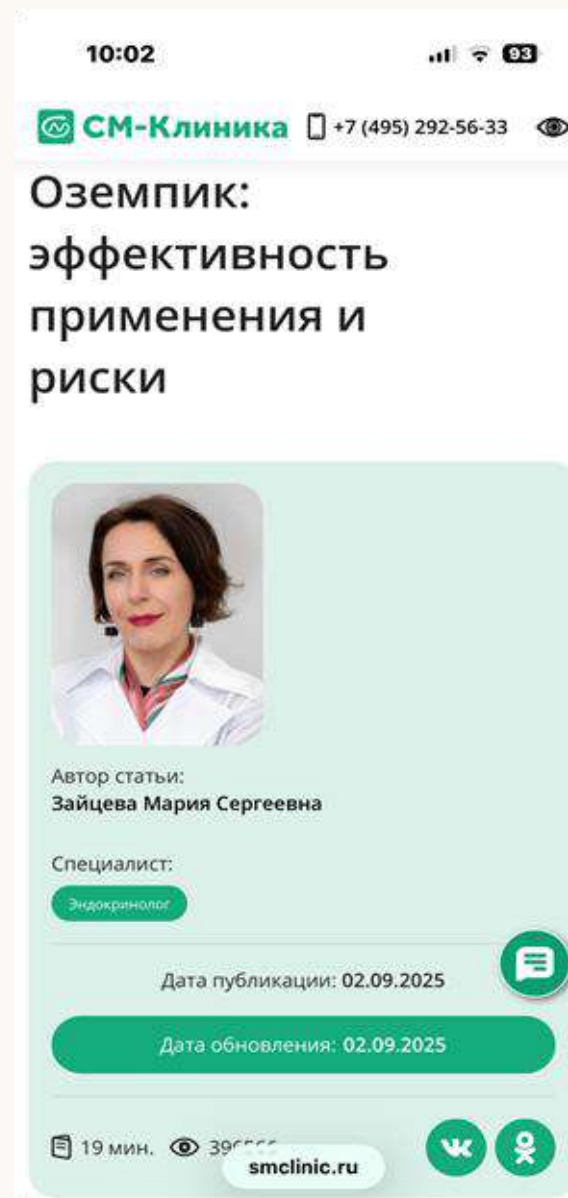


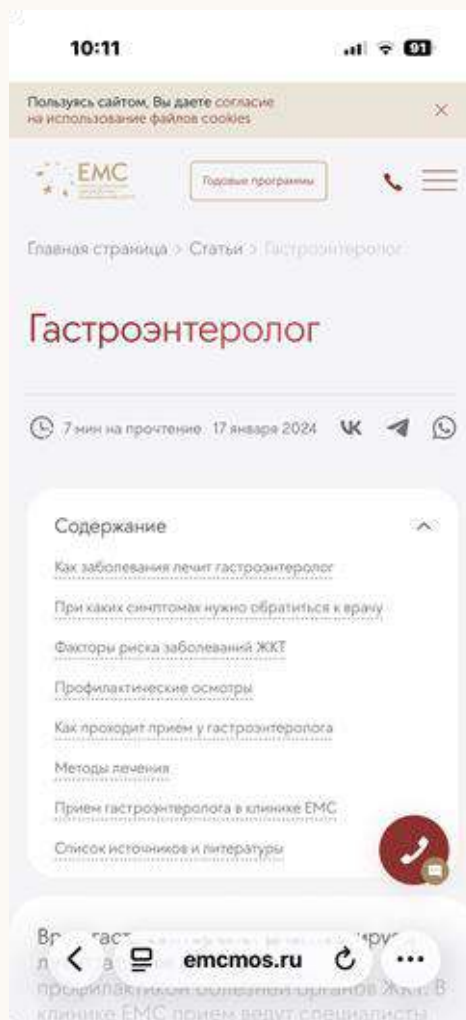
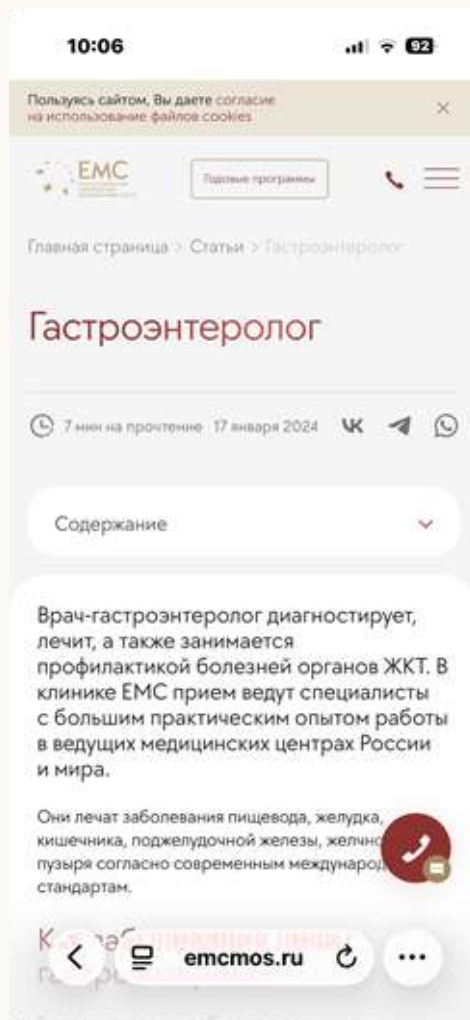
ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ – НА САЙТЕ



Какие ошибки?

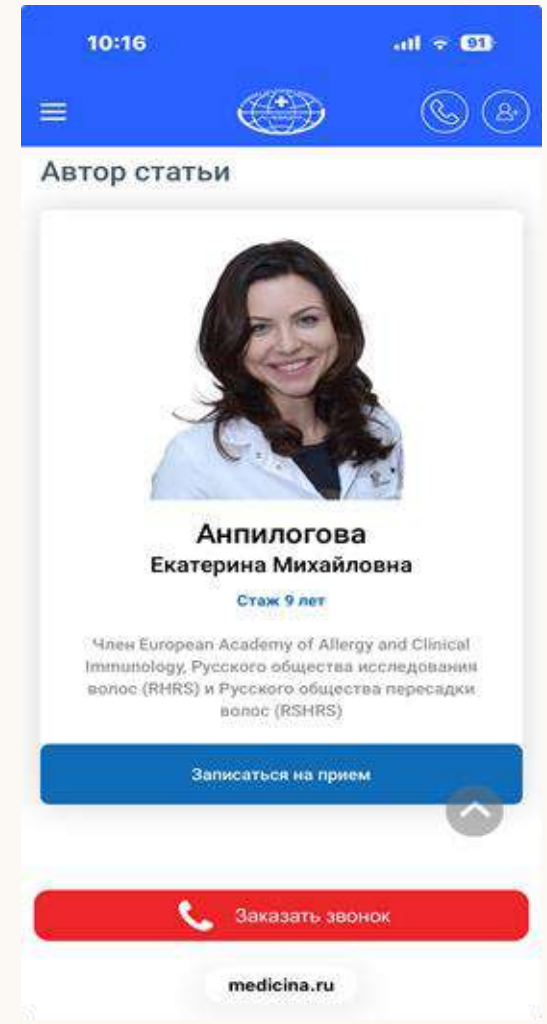
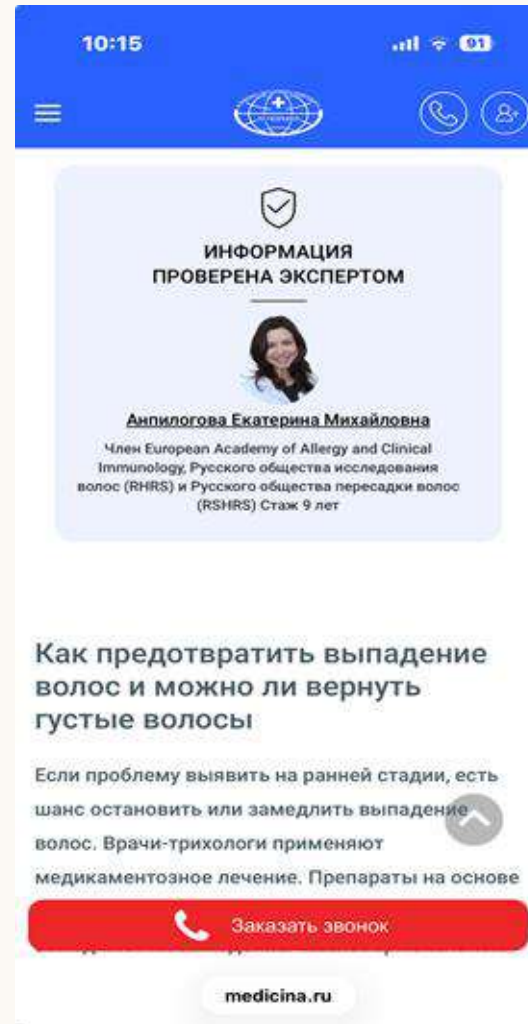
Что можно улучшить?





Что улучшить?

Какие ошибки?



**НаПоправку**
С нами 60 млн пациентов

Врачи Услуги Диагностика Онлайн-консультации



Есть ученая степень

Близко от метро

**Анпилогова Екатерина
Михайловна** 

★ **3.4** 5 отзывов

дерматолог врач-косметолог косметолог Взрослый

Стаж 9 лет • Кандидат мед. наук
✓ Документы проверены 

Запись на приём О враче Отзывы

Рейтинг 3.4 звезды



Искать на СберЗдоровье

Найти



Анпилогова Екатерина Михайловна

★★★★★ 4.5 1 отзыв

Запись на приём

С чем поможет

Опыт работы

Образование

10 890 ₽

Записаться

1 отзыв о враче Анпилогова Екатерина Михайловна

Сначала новые

Почему нашим отзывам можно верить?

Положительные · 0

Отрицательные · 1

Подтверждённые · 0

Неподтверждённые · 1

А

Аноним 25 марта 2026

★☆☆☆☆ Плохо

Приём у врача не подтверждён

Комментарий

Я пришла к Анпилоговой Е. с ужасными высыпаниями по всему телу, сильно зудило. Эти высыпания проявились резко, я сама подозревала, что это может быть вызвано какой-то инфекцией, что нужно определить конкретно сам триггер высыпаний, сдать конкретные анализы. Я вот я пришла к Анпилоговой, она принимала в тёмном кабинете, освещения не хватало. Она пораспросила меня что да как, я сказала вот недавно появились острые высыпания, что бы это могло быть. Она деловито включила фонарик на телефоне и стала рассматривать высыпания. Фонариком на телефоне в недостаточно освещённом помещении, на приеме за 8000 руб. Она сказала, что это атопич.экзема, мажьте эмолентами, не ешьте сладкого, купите ла рош позе хороший крем. Никаких анализов не назначила. Ничего. Она видимо сделала вывод по моему внешнему виду, что я не смогу к ней часто ходить за 8000, поэтому даже не стоит напрягаться по такому пациенту. Я конечно не ожидала такого пренебрежительного отношения за 8000 руб, того, что будут включать фонарик на телефоне, чтобы кое как рассмотреть высыпания по всей коже. Нет желания общаться с пациентом. Никакой эмпатии.

4.5 1 отзыв

0% пациентов рекомендуют врача

Внимательный и вежливый · 0%

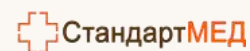
Понятно объясняет · 0%

Написать отзыв

Цена ошибки в SEO



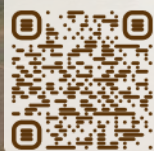
ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



Цена ошибки в SEO

- Потерянное время
- Потерянные деньги
- Возможные санкции
- Упущенные пациенты

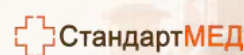
ВСЕ 3 ДНЯ
КОНФЕРЕНЦИИ
НА САЙТЕ



10 уловок SEO-мошенников



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



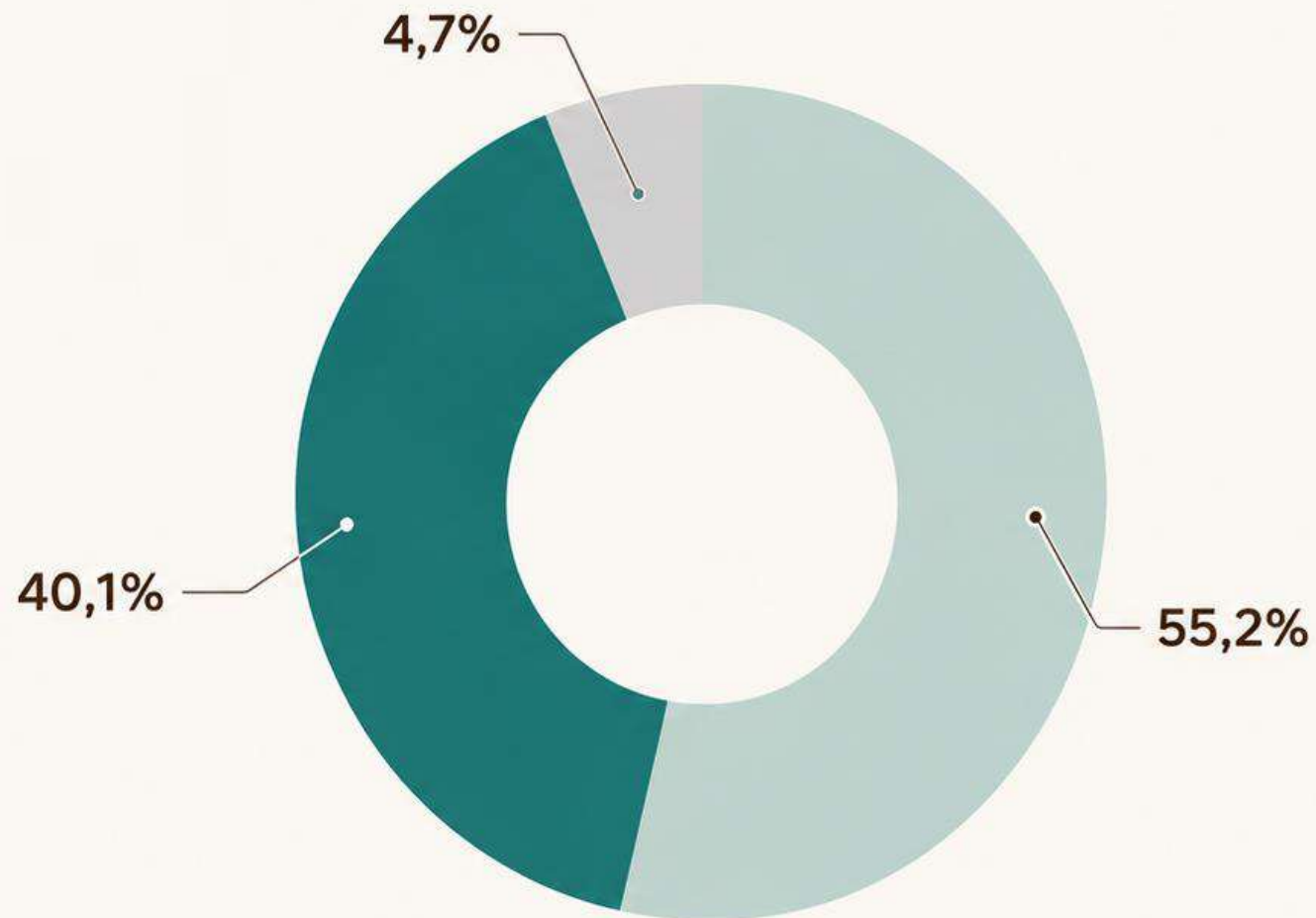
№	УЛОВКА	КАК РАСПОЗНАТЬ / ЧТО ГОВОРЯТ
1	 Обещания на словах	“ «Гарантируем ТОП–3 за 3 месяца» • В договоре — ничего

№	УЛОВКА	КАК РАСПОЗНАТЬ / ЧТО ГОВОРЯТ
1	 Обещания на словах	“ «Гарантируем ТОП–3 за 3 месяца» • В договоре — ничего
2	 Только Яндекс	“ «Google продвигаем в подарок» • Нет работ и отчётов по Google

Доли обращений: органический трафик

Москва и область

Google	55,2%
Яндекс	40,1%
Остальное	4,7%



Вывод:

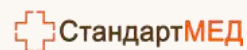
более 55% уникальных обращений (звонки, заявки, обратные звонки) дает Google.

№		УЛОВКА	КАК РАСПОЗНАТЬ / ЧТО ГОВОРЯТ
1		Обещания на словах	“ «Гарантируем ТОП–3 за 3 месяца» • В договоре — ничего
2		Только Яндекс	“ «Google продвигаем в подарок» • Нет работ и отчётов по Google
3		Отсутствие работы со ссылками	• Не предоставляют стратегию ссылок для Google
4		«Бонусные» регионы	• Для сетевых клиник: «Продвинем все филиалы бесплатно»
5		Скрытые дополнительные расходы	• Через 2–3 месяца: «Нужно доработать сайт за доплату»
6		Поверхностный аудит	“ «Аудит за 5 минут» через бесплатный сервис
7		Нет опыта в медицине	• Мало кейсов именно с клиниками • Не знают ЭПОС
8		Один менеджер на 20+ проектов	“ «Всё под контролем» при огромной нагрузке
9		Тексты, написанные ИИ	“ «Тексты пишет нейросеть — быстро и дешево»
10		Слабая отчётность	• Отчёты только с позициями Яндекса, без объяснений

На чём нельзя экономить?



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ – НА САЙТЕ



На чём нельзя экономить?

- 01**



Качественный медицинский контент

Экспертные тексты, написанные врачами, отвечающие на вопросы пациентов и повышающие доверие
- 02**



Глубокий технический аудит

Техническое здоровье сайта, скорость, индексируемость, мобильная адаптация
- 03**



Работа с сигналами доверия (Е-Е-А-Т и ЭПОС)

Экспертность, авторитетность и доверие в глазах поисковых систем и пользователей
- 04**



Грамотная работа со ссылками

Качественный ссылочный профиль для роста авторитетности сайта
- 05**



Технические работы и доработки

Устранение ошибок, улучшение структуры и функциональности сайта
- 06**



Время и внимание проект-менеджера

Постоянный контроль, аналитика, приоритизация задач и коммуникация
- 07**



Опыт подрядчика в медицине

Понимание специфики ниши, требований и поведения пациентов



Экономия на этих пунктах = потеря пациентов и позиций

На чём можно сэкономить в seo



Отказ от продвижения по общим запросам (ВЧ)

- Не тратьте бюджет на выход в топ по запросам вроде «лечение геморроя» или «проктолог».
- Конкуренция там огромная, а конверсия низкая.



Отказ от ссылок - если региональная клиника с низкой конкуренцией. Делайте упор на естественный рост.



Найм тех. специалиста в штат клиники



Массовое создание страниц под редкие запросы



Отчетности и встречах

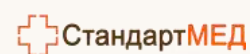


Копирайтинг на основе ТЗ от SEO команды

Кейсы



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ - НА САЙТЕ



ВРЕМЯ ВИЗИОНЕРОВ

МЕДИНСАЙТ

Медицинская конференция **ONLINE**



50:50



Какие страницы сайта приводят
больше пациентов?

А: страницы услуг

В: информационные страницы

15	3 000 000 ₽
14	1 500 000 ₽
13	800 000 ₽
12	400 000 ₽
11	200 000 ₽
10	100 000 ₽
9	50 000 ₽
8	25 000 ₽
7	15 000 ₽
6	10 000 ₽
5	5 000 ₽
4	3 000 ₽
3	2 000 ₽
2	1 000 ₽
1	500 ₽



Почему так происходит

Коммерческие страницы

Высокая конверсия
↓
Но страниц немного
30–50

Информационные страницы

Конверсия ниже
↓
Но страниц значительно больше
300–700
↓
Общий поток пациентов оказывается выше

**Важно смотреть не только на конверсию страницы,
но и на суммарный вклад всего раздела сайта.**

Что означает это для клиник?

 Если продвигать только услуги	 Если развивать всю структуру сайта
 Ограниченный рост	 Рост поискового охвата
 Борьба за коммерческие запросы	 Охват пациентов на раннем этапе выбора
 Потолок трафика	 Постоянный рост
 Высокая конкуренция	 Много низкоконкурентных запросов
 SEO — это не продвижение страниц услуг. Это развитие всей экосистемы сайта.	

Страницы услуг продают

Информационные страницы приводят будущих пациентов

Максимальный результат дает их совместная работа.

Если вы инвестируете только в страницы услуг, вы добровольно отказываетесь от значительной части поискового спроса.



Раздел об авторе

Об авторе



Москва, м. Новокузнецкая

Консультирует онлайн

Врач-невролог, Рефлексотерапевт, Физиотерапевт

Ведет прием пациентов с острой и хронической болью в шее, в спине. Владеет навыками мануально-мышечного тестирования, постизометрической и пострицепционной релаксации, миофасциального релиза. Специализируется на диагностике и лечении дегенеративной болезни позвоночника (устаревшее остеохондроз). Владеет навыками иглорефлексотерапии, фармакопунктуры (пролоатералии), физиотерапии.

Записаться на прием

Приним (50 мин)
8 000 Р

Результаты доктора:

- 490 вылечил грыж
- 923 пациента избавил от боли в спине
- 305 вылечил от остеохондроза

Все статьи по категориям

Все Боль в спине Лечение остеохондроза Ортопедия Грыжа позвоночника Резорбция грыжи Комплекс упражнений Неврология Головная боль

<https://temed.ru/articles/?doctor=240102>

Статьи

Грыжа дисков позвоночника L3 L4: симптомы и лечение

★★★★★ 5/5 · 59397 · Время чтения 21 мин · 21 сентября 2023 · Дата проверки 12 января 2026

Поделиться



<https://temed.ru/articles/gryzha-diskov-pozvonochnika-l3-l4-simptomy-i-lechenie/>

Статьи

Содержание

[Причины появления межпозвоночной грыжи →](#)

[Симптомы грыжи диска L3-L4 →](#)

[Виды →](#)

[Диагностика →](#)

[Лечение →](#)

[Осложнения →](#)

[Профилактика →](#)

[Главное из статьи →](#)

[Список источников →](#)



12 лет

Автор: [Евдокимов А.С.](#)

Врач-невролог, Рефлексотерапевт,
Физиотерапевт



[Записаться на прием](#)

[Все статьи автора →](#)

<https://temed.ru/articles/gryzha-diskov-pozvonohnika-l3-l4-simptomy-i-lechenie/>

Статьи



Евдокимов Антон
Сергеевич

Почему следует сделать МРТ

Магнитно-резонансная томография — это безопасный современный метод диагностики, который можно провести почти каждому.

На снимке МРТ мы можем увидеть позвонки, диски, мышцы, связки, нервные корешки — это позволяет поставить точный диагноз и определить оптимальную стратегию лечения.

<https://temed.ru/articles/gryzha-diskov-pozvonochnika-l3-l4-simptomy-i-lechenie/>

Статьи



Визуализация грыжи на снимке МРТ

<https://temed.ru/articles/gryzha-diskov-pozvonochnika-l3-l4-simptomy-i-lechenie/>

Статьи

Список источников:

1. Каратеев А.Е. Мелоксикам: «золотая середина» нестероидных противовоспалительных препаратов. *Терапевтический архив*. 2014;5:99–105. [Karateev A.E. Meloxicam: the "golden mean" of non-steroidal anti-inflammatory drugs. *Therapeutic Archive*. 2014;5:99–105 (in Russ.)].
2. Кадырова Л.Р., Акарачкова Е.С., Керимова К.С. и др. Мультидисциплинарный подход к пациенту с хронической болью. *РМЖ*. 2018;7:28–32. [Kadyrova L.R., Akarachkova E.S., Kerimova K.S. et al. Multidisciplinary approach to patient with chronic pain. *RMJ*. 2018;7:28–32 (in Russ.)].
3. Куренков Е.Л., Макарова В.В. Некоторые аспекты патогенеза дегенеративных изменений межпозвонкового диска у человека (обзор литературы). *Вятский медицинский вестник*. 2018;2:52–57. [Kurenkov E.L., Makarova V.V. Some aspects of pathogenesis of degenerative changes in human intervertebral disc (literature review). *Vyatskij medicinskij vestnik*. 2018;2:52–57 (in Russ.)].

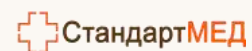
← Предыдущая статья

Следующая статья →

Пряники



ВСЕ 3 ДНЯ КОНФЕРЕНЦИИ – НА САЙТЕ



Карта потерь пациентов



Каждая потеря — это упущенные пациенты и выручка.

Найдём слабые места и точки роста в вашей клинике.



Стратегическая консультация

На консультации разберём:



Карту потерь пациентов

Найдём слабые места на каждом этапе пути пациента и точки, где клиника теряет обращения и выручку



Стратегию по повышению пациентопотока

Конкретные решения и приоритеты, которые дадут максимальный результат



**Запишитесь
на консультацию**

Разберём и подготовим
стратегию роста



Виктор Чистилин

Руководитель TRINET.Medicine

Лично проведу консультацию



Честный разбор
без воды и шаблонов



Индивидуальный подход
к вашей клинике



Практические рекомендации
с понятными шагами



Фокус на результат
и рост записей

ВРЕМЯ ВИЗИОНЕРОВ

МЕДИНСАЙТ

Медицинская конференция **ONLINE**

18 СЕНТЯБРЯ

АВТОМАТИЗАЦИЯ
И МАРКЕТИНГ



Напишите мне – и я подскажу, что
делать дальше



vk.com/chistilinmed

 @chistilinmed

+7 981 824 24 86

