

Михаил Истомин эксперт в области маркетинга медицинских услуг, специализирующийся на продвижении медицинских клиник и стоматологических центров.

Его подход основан на создании моста взаимопонимания между клиникой и маркетинговым агентством. Часто возникает ситуация, когда на обеих сторонах возникают различные представления о желаемых результатах и путях их достижения.

Многие сталкиваются с тем, что тратят два часа на переговоры со своими маркетинговыми агентами, но снова получают не то, что хотели. Кажется, что их не слышат. И вот в сотый раз меняют агентство, и по-прежнему нет понятного плана действий.

Управленцы считают, что успех в маркетинге медицинских клиник зависит исключительно от правильного выбора инструментов и технологий. Однако реальность такова, что 80% успеха зависят от более глубоких факторов, которые часто не замечают.

Михаил называет это “Неочевидные факторы успеха” - материал, которым он открыто делится на конференциях. Эта тема легла в основу его дипломной работы в “Сколково”

Тезисы выступления:

1. Факторы устойчивости клиники на 100 лет вперед
2. Формула результата: как навести порядок, даже там, где не разбираешься?
3. Закономерности в бизнесе и жизни, которые не получится избежать.
4. “Поймет даже школьник”: Формула превращения сложного в простое.
5. Как “поженить” онлайн и медицину, и повысить эффективность?
6. Формула самодиагностики: На чем стоит держать фокус?

Пригласите Михаила спикером на вашу конференцию или вебинар. Дайте шанс вашей аудитории узнать больше о том, что 80% успеха остаются за рамками стандартных инструментов маркетинга, и как несколько формул могут изменить всё.