



Операционное управление медицинской организацией.МВА_2024

- 1 Маркетолог
- 2 Как правильно давать сотруднику обратную связь?
- 3 Какое действия должен выполнять менеджер по сопровождению в клинике?
- 4 Что означает Статус 7 в контуре пациента?
- 5 С помощью каких каналов коммуникации рекомендуется поддерживать связь с потенциальными пациентами?
- 6 Продуктом деятельности оператора является:
- 7 Кто встречает пациента на маршруте и переводит его интерес в звонок или заполнение формы на сайте?
- 8 Выберите НЕ верное утверждение:
- 9 Выберите норму времени приема врача:
- 10 Основной продукт клинике необходимо продавать с помощью
- 11 Промежуточный продукт, недорогая по стоимости услуга, ценная с точки зрения выздоровления пациента - это
- 12 Выберите норму конверсии продукта: Программа лечения → диспансерное наблюдение
- 13 Какой метод ценообразования основан на учете всех затрат, как прямых, так и непрямых?
- 14 Какую стратегию ценообразования рассматривает автор как самую правильную и гибкую?
- 15 Какую стратегию ценообразования рекомендует автор для клиник, позиционирующих себя как профессорские или экспертные?
- 16 Какую степень щедрости автор рекомендует клиникам при предоставлении скидок?
- 17 Какой фактор является ключевым при определении плана выручки для врачей-совместителей в методе «Снизу-вверх»?





- 18) Какая комфортная норма по загрузке специалиста?
- 19) Каким образом можно избежать споров о количестве работы, которую сотрудник выполняет?
- 20) Какую долю времени оператор контактного центра тратит на коммуникации, которые полезны для компании?
- 21) Расположите в правильной последовательности этапы разработки регламентов в медицинской организации:
- 22) Выберите задачи оператора контактного центра медицинской организации:
- 23) Что представляют собой регламенты и стандарты качества в медицинской организации?
- 24) Выберите пример записи пациента в «шахматном порядке»:

