

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»:

