INVITRO | корпоративный журнал группы компаний ИНВИТРО

№ 4 (24) 2017

Лабораторная РАБОТА

Франчайзинг ИНВИТРО: к новым высотам

Алексей Кортнев: хороший врач знает, что такое эмпатия

Тема номера

Качество ИНВИТРО подтверждено на самом высоком уровне

СОДЕРЖАНИЕ

9

ЧИТАЙТЕ В №

2 **НОВОСТИ КОМПАНИИ**
Вкалывают роботы

4 **ТЕМА НОМЕРА**
ИНВИТРО наградили Премией Правительства РФ в области качества

6 **ИНТЕРВЬЮ НОМЕРА**
Наталья Баранова: «Управление качеством распространится на каждый продукт и процесс»

9 **ТЕРРИТОРИЯ ИНВИТРО**
Сотрудники компании – о секретах успешной борьбы за клиента

11 **ТЕРРИТОРИЯ КАЧЕСТВА**
Клиентоориентированность на уровне ДНК

14 **КОНФЕРЕНЦИЯ ФРАНЧАЙЗИ**
Новый вектор развития сотрудничества

16 **ЭФФЕКТИВНОСТЬ**
«Хартия франчайзинга ИНВИТРО»: курс на стратегическое партнерство

18 **ПРИОРИТЕТЫ**
300 точек на пути к улучшению

20 **ИНТЕРВЬЮ СО ЗВЕЗДОЙ**
Алексей Кортнев: «Хороший врач знает, что такое эмпатия»

23 **РЕГИОН**
Сибирский размах

26 **ПЕРСПЕКТИВЫ**
Взгляд в будущее медицины

28 **В КАДРЕ**
Потому что мы мафия!

30 **КОМПЕТЕНТНО**
Рационализаторы от маркетинга

32 **ТЕХНОЛОГИИ**
Научно-популярно: ИНВИТРО на Всероссийском фестивале NAUKA 0+

34 **ИТОГИ**
Главные события 2017 года

36 **ИСТОРИЯ ВОПРОСА**
От Древнего Египта до ISO

38 **СПОРТ**

32

23

38

Качество – наш выбор

В бизнесе, как и в жизни, приходится иногда делать сложный выбор, который многое определяет на годы вперед. Очень давно, когда мы только создавали ИНВИТРО, мы сделали важный выбор, решив, что не будем никогда жертвовать качеством, чего бы это ни стоило. С тех пор прошло более 20 лет, мы пережили вместе со страной три серьезных экономических кризиса, но никогда от этого выбора не отступали.

Однажды сделав выбор в пользу качества, мы приняли на себя огромную ответственность. Мы фактически дали миллионам клиентов компании самое важное обещание, нарушив которое мы рискуем раз и навсегда потерять доверие. А ведь именно доверие является тем фундаментом, на котором выстраивается бизнес нашей компании.

Качество – это выбор сильных. Я попробую объяснить этот простой тезис, чтобы было понятно, почему мы делаем иногда сложные, подчас нелогичные с точки зрения бизнеса вещи. Почему мы не снижаем себестоимость тестов, не заменяем импортные реагенты более дешевыми? Почему мы не экономим на процедурах контроля качества на каждом этапе производственного процесса? Почему мы не экономим на регулярной замене лабораторного оборудования на самое современное? Выбирая качество, вы автоматически отсекаете множество соблазнов: здесь – сэкономить, там – потратить меньше сил. Вы лишаете себя возможности пойти по легкому пути – вот почему это выбор сильных.

Еще одним следствием выбора в пользу качества является некоторое сужение возможностей конкуренции. На короткой дистанции мы даем конкурентам небольшую фору: имея меньшую себестоимость там, где мы сознательно тратим деньги для обеспечения качества, наши конкуренты могут снижать цену, даже демпинговать. Тактически в краткосрочной перспективе это нам несколько осложняет жизнь. Но если смотреть вперед и планировать бизнес надолго, бескомпромиссное качество оказывается стратегическим преимуществом, позволяющим удерживать лояльных клиентов. Конечно, всегда будут и такие клиенты, которые на первое место ставят цену, но для большинства получение качественной медицинской услуги является очевидным приоритетом. Такие клиенты будут возвращаться к нам вновь и вновь – именно благодаря качеству.

Вот почему качество в ИНВИТРО стало для нас своего рода корпоративной религией. Мы верим в то, что делаем, мы будем инвестировать в качество, мы будем совершенствовать нашу практику управления качеством, мы будем стремиться к новым вершинам.

А пока давайте поздравим друг друга с получением Премии Правительства Российской Федерации в области качества. Это очень важная, на самом высоком уровне, оценка наших с вами общих многолетних усилий. Заслуженная оценка, которую нам всем вместе теперь предстоит оправдывать.

Александр Островский,
генеральный директор ИНВИТРО

Представили бренд и поделились опытом

На стенде ИНВИТРО можно было получить подробную консультацию о франчайзинговых продуктах

ИНВИТРО представила свои франчайзинговые программы на крупнейшем в России мероприятии в сфере франчайзинга BUYBRAND EXPO 2017, прошедшем в московском Экспоцентре с 27 по 29 сентября.

На стенде ИНВИТРО можно было получить подробную консультацию о франчайзинговых продуктах, нюансах работы компании, а также раздаточные материалы с описанием партнерских программ. У гостей выставки также была возможность пройти экскурсию по лабораторному комплексу компании с помощью очков виртуальной реальности.

Пятнадцатая выставка франшиз BUYBRAND EXPO собрала более 8 тысяч посетителей. В этом году здесь было представлено 218 брендов из 24 стран. В рамках мероприятия был организован деловой форум, собравший более 270 человек, где локомотивы рынка франчайзинга со всего мира поделились своим опытом из сферы партнерского бизнеса. Одним из основных спикеров форума стал основатель компании «ИНВИТРО» Александр Островский, который выступил в секции «Огонь, вода и медные трубы: стратегия победителей. Кризисы и пути их преодоления» с презентацией о непростом периоде в жизни компании, связанном с недавней кибератакой вируса Petya.

В секции «Известный бренд – основа успешной франшизы» директор по корпоративным коммуникациям ИНВИТРО Антон Буланов рассказал, как превратить бренд в деньги и стоит ли за него переплачивать, что вызвало интерес как у потенциальных пациентов компании, так и у тех, кто планирует приобрести франшизу ИНВИТРО.

«Органавтом» назовем

Получил имя магнитный космический 3D-биопринтер, который отправится в 2018 году на Международную космическую станцию для проведения ряда экспериментов по биопечати органоидов в условиях микрогравитации.

Лучшее название уникальной российской разработке было определено в ходе всероссийского конкурса «Имя, которое услышат звезды», организованного лабораторией биотехнологических исследований 3D Bioprinting Solutions и компанией «ИНВИТРО» при поддержке Госкорпорации «РОСКОСМОС».

Биопринтер будет называться «Органавт» (Organaut). Он вполне мог стать «Адамом» или «Биокреатором» – эти названия также стали призерами конкурса. Но после долгих дискуссий и тайного голосования жюри все же выбрало «Органавта». Правда, это имя предложили сразу несколько участников конкурса, поэтому победителя пришлось определять путем слепой жеребьевки. В итоге главный приз – левитирующую тарелку Gravity Cup – получит Софья Соловьева из Рязани. Кроме того, ее имя будет выгравировано на корпусе биопринтера.

Не просто 3D-биопринтер, а «Органавт»

Кто на новенького?

ИНВИТРО представила новый бренд – VET UNION. Презентация состоялась на ежегодной международной Национальной ветеринарной конференции (NVC 2017), которая прошла в «Крокус Экспо» 18–20 октября.

Перед командой бренда поставлены амбициозные цели – VET UNION должен не только стать сильнейшим игроком на рынке ветеринарной медицины России, но и вывести лабораторные услуги в этой сфере на новый уровень.

В мае 2016 года ИНВИТРО заявила об открытии нового современного лабораторного комплекса, специально спроектированного для направления ветеринарии. Уровень технологий, используемых на новом объекте, соответствует уровню лучших европейских лабораторий и требованиям международных стандартов. Таким образом, VET UNION способен предложить партнерам широкий спектр лабораторных исследований, в том числе и уникальных для России.

Команда VET UNION планирует ввести в работу сервисы и предложения, которые окажут положительное влияние на долгосрочные отношения с партнерами.

На презентации бренда в «Крокус Экспо» главный врач ветеринарной лаборатории ИНВИТРО Ольга Филимонова и руководитель научно-образовательного отдела Сергей Коняев провели ряд лекций, на которых рассказали о направлениях деятельности и путях развития лаборатории.

Команда VET UNION на национальной конференции NVC 2017

Еще одна медицинская услуга

В 42 медицинских офисах ИНВИТРО в Москве и области теперь можно пройти не только диагностику, но и получить полноценную услугу гинекологического приема, который включает в себя профилактические осмотры, диагностические процедуры, УЗИ и лабораторные исследования с дальнейшей постановкой диагноза, назначением и контролем лечения.

Врачи ИНВИТРО – опытные акушеры-гинекологи, которые регулярно подтверждают квалификацию, а также прошли дополнительное обучение в соответствии с системой качества ИНВИТРО. Курсы терапии и лечение назначаются с соблюдением международных стандартов оказания медицинской помощи, поэтому в своей работе гинекологи используют наиболее безопасные и эффективные методики диагностики и лечения заболеваний.

Виртуальный образ Веры – это воплощение представления ее создателей о том, как выглядит среднестатистический рекрутер

Вкалывают роботы

С недавних пор в медицинской кадровой службе «УНИКУМ» проходит испытательный срок Вера – виртуальный робот, способный самостоятельно находить в Интернете резюме подходящих кандидатов и сразу же звонить им, чтобы провести собеседование. Работоспособность программного продукта поражает – роботу по силам обзвонить за час 10 тысяч человек! Услугами Веры уже пользуются такие компании, как Ulmart, «МегаФон» и другие.

– Количество вакансий среднего медицинского персонала в ИНВИТРО растет, – говорит генеральный директор «УНИКУМа» Анна Борисенко. – Специфика подбора специалистов на эти должности такова, что нам приходится отсеивать очень большое количество претендентов уже на этапе обзвона. А это время и деньги. Робот Вера призван эти ресурсы экономить. Мы настроили программу таким образом, чтобы она задавала соискателям вопросы, ответы на которые позволяют ей определять, стоит ли с ними продолжать дальнейшее, уже очное общение по вакансии.

Пока ИНВИТРО пользуется тестовой версией робота. Итоги использования искусственного интеллекта (программа имеет свойство самообучаться и адаптироваться к специфике работы конкретной компании) предполагается подвести в декабре. К этому моменту уже будет понятно, насколько общение с роботом пугает соискателей и насколько его использование выгодно в финансовом отношении.

Качество ИНВИТРО подтверждено на самом высоком уровне

«Качество для нашей компании – своего рода корпоративная религия, и мы гордимся тем, что оно подтверждено такой высокой наградой», – заявил основатель ИНВИТРО Александр Островский, принимая из рук премьер-министра Дмитрия Медведева диплом о награждении Премией Правительства РФ в области качества.

ИНВИТРО вошла в число российских компаний, признанных лучшими в области качества продукции и услуг, а также внедривших высокоэффективные методы менеджмента качества. Торжественная церемония вручения премии состоялась 9 ноября в Доме Правительства РФ – во Всемирный день качества.

«Мы расцениваем присуждение нам этой награды не просто как признание тех усилий в области качества, которые мы последовательно предпринимаем уже более 20 лет, с самого основания нашей компании. Правительственная премия для нас – знак особого доверия и огромная ответственность. Теперь все мы, каждый из почти 10 тысяч сотрудников ИНВИТРО, это доверие должны ежедневно оправдывать. Качество для ИНВИТРО – своего рода корпоративная религия, и мы гордимся тем, что оно подтверждено такой высокой наградой, – отметил Александр Островский. – В медицинской сфере качество услуги – это то, в чем неквалифицированный потребитель не разбирается. Наша задача – дать человеку то, что ему нужно, исключив лишнее, даже если он считает иначе. Поэтому в нашей работе очень важно преодолеть сомнения и колебания клиента. Качество приходится объяснять. И то, как мы это делаем, – тоже качество, которым компания вправе гордиться».

Премия Правительства РФ подтверждает значительный вклад ИНВИТРО в развитие отрасли. «Вручение ИНВИТРО Премии Правительства РФ в области качества – это признание роли частной лабораторной медицины в российской системе здравоохранения, а также подтверждение высокого уровня организации бизнес-процессов, контроля качества и эффективности внедрения менеджмента качества в компании. Без постоянного внедрения инноваций в таких современных высокотехнологичных отраслях достичь высокого уровня качества сегодня невозможно», – подчеркнул Председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев.

ЧТО ЭТО?

Премия Правительства РФ в области качества учреждена в 1996 году и присуждается ежегодно на конкурсной основе организациям за достижение значительных результатов в области качества продукции и услуг, а также за внедрение высокоэффективных методов менеджмента качества. Претендентов отбирает Совет по присуждению премий Правительства РФ в области качества, который возглавляет министр промышленности и торговли Денис Мантуров. С 2017 года конкурс на соискание премии проводит Роскачество.

КТО ПОБЕЖДАЕТ?

Заявки на соискание Премии Правительства РФ в этом году подали 283 российских предприятия из 61 субъекта Федерации. Оценка качества бизнес-процессов проходила в несколько этапов, основными из которых стала заочная оценка материалов, поданных на конкурс, а также обследование организаций на местах. В финальный этап экспертизы смогли выйти только 26 компаний, 10 из которых и стали лауреатами престижной награды.

Совет по присуждению премий оценивал предприятия по нескольким главным критериям: как выстроена политика и стратегия организации в области качества, насколько удовлетворен персонал условиями работы и управлением, а потребители – качеством продукции и услуг, какова лидирующая роль руководства и т. д. Для детального анализа ключевые критерии поделили еще на 32 подкритерия.

прямая речь

Елена Сунгурова,
член экспертной комиссии, ведущий эксперт Роскачества:

– При проведении очного обследования особое внимание эксперты обращают на взаимоотношения внутри коллектива, на то, какое значение для сотрудников имеет ценность работы в данной организации, уважение к самой организации и как компания относится к персоналу. При этом оцениваются все от мала до велика: и руководители, и простые лаборанты. Анализируется, насколько все прописано, стандартизировано и взаимосвязано.

Наталья Баранова: «Управление качеством распространится на каждый продукт и процесс»

В будущем году в ИНВИТРО будет создана система внутреннего обучения принципам стандартов ISO для всех сотрудников компании. О том, зачем это нужно и как в дальнейшем будет развиваться система менеджмента качества, «Лабораторной работе» рассказала финансовый директор ИНВИТРО Наталья Баранова.

РАБОТА НАД ПРОЦЕССАМИ

– Наталья Ивановна, давайте вспомним, как в компании появилась система менеджмента качества?

– В ИНВИТРО качеству всегда придавали огромное значение. Однако в определенный момент стало понятно, что работа в этом направлении должна быть системной и подтвержденной документально. В 2005–2006 годах крупные фармацевтические компании, чьи заказы мы выполняли в рамках клинических исследований, потребовали от нас сертификата системы управления качеством в лабораторной деятельности по стандартам ISO 15189, и мы начали работу в этом направлении.

В мире существует довольно много стандартов качества, однако ISO – система, максимально адаптированная к российской действительности. Поэтому мы взяли ее на вооружение, и ИНВИТРО стала первой российской компанией, прошедшей соответствующий аудит и получившей сертификат ISO 15189 для компаний, работающих в сфере лабораторной диагностики. Все последующие годы мы этот сертификат регулярно подтверждаем.

– В чем суть стандартов ISO?

– Задача стандартов семейства ISO – в том числе описать и выстроить деятельность компании так, чтобы все бизнес-процессы были организованы максимально эффективно и качественно, а результат в виде продукта отвечал самым высоким требованиям.

// ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ТРЕБУЕТ ВОВЛЕЧЕНИЯ ВСЕХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ КОМПАНИИ//

– Кто в компании отвечает за соблюдение стандартов?

– Служба качества под руководством Елизаветы Казак, а я это подразделение курирую. По сути, транслирую идеологию собственников и топ-менеджмента компании в вопросах управления качеством.

Кроме того, в рамках деятельности службы качества стандарту 15189 у нас обучен ряд сотрудников других подразделений. Периодически они принимают участие во внутренних аудитах – для них это, скажем так, общественная нагрузка: они собираются в мобильные рабочие группы и в соответствии с правилами, задаваемыми стандартами ISO, проверяют, насколько действительно работает система управления качеством в тех или иных подразделениях.

ОТ КУРЬЕРА ДО ГЛАВНОГО ВРАЧА

– А почему внутренний аудит проводят сотрудники других подразделений?

– ISO 15189 – узкоотраслевой стандарт для лабораторной диагностики. Но мы все должны понимать (и это очень важно): нельзя говорить, что в ИНВИТРО стандарты качества действуют только в лаборатории. Управление качеством не ограничивается только лабораторной деятельностью,

оно требует вовлечения всех подразделений компании, влияет на все этапы создания продукта и сервиса. Этот процесс требует участия всех сотрудников.

Группу внутренних аудиторов мы подбирали таким образом, чтобы в нее вошли наиболее опытные специалисты, давно работающие в компании и глубоко знающие процессы. Сейчас в ее составе в основном представители медицинских офисов и отделов, их курирующих; подразделений, которые занимаются продажами; много сотрудников из московской лаборатории.

В будущем году мы намерены расширить пул внутренних аудиторов, потому что компания расширяется, появляются новые виды деятельности, которые система управления качеством никак не может миновать. Например, мы стали активно заниматься развитием медицинских услуг – и очевидно, что озаботиться их качеством мы тоже должны. В группу внутреннего аудита будут привлекаться сотрудники из соответствующих департаментов и специалисты из подразделений бэк-офиса.

– Расширение пула внутренних аудиторов – это часть работы по повышению вовлеченности сотрудников в процессы по улучшению качества?

– Да, это именно часть работы. Кроме того, в будущем году мы планируем создать систему внутреннего обучения принципам стандартов ISO для всех сотрудников компании. Это нужно для того, чтобы каждый, начиная с курьера и заканчивая главным врачом, понимал, что управление качеством для нас – не простые слова, и этому обязательно нужно учиться.

Пока мы думаем над тем, в какой форме будет проходить эта работа.

Возможно, в адаптационный семинар для новых сотрудников будет встроена соответствующая программа. Возможно, будут разработаны дополнительные обучающие семинары или вебинары – формат пока не выбран, но мы совершенно точно будем всех вовлекать.

– Существует ли какая-то система поощрения сотрудников, которые показывают высокие «качественные» результаты?

– В рамках ежегодной премии «ИНВИТРО – Территория качества» определяются лучшие специалисты во всех сферах деятельности компании. Один из важнейших критериев при определении победителей – качество их работы. И это отличный мотиватор для сотрудников в выполнении стандартов качества. Важно, что премией за качественную работу поощряются специалисты всех подразделений, а не только тех, где мы проводим аудит.

– На чем вы еще планируете сосредоточиться в 2018 году?

– На регионах. Мы наблюдаем разницу в системе управления качеством между регионами и Москвой, где применение стандартов качества развито максимально, до уровня шаблонных операций – сотрудник просто не может сделать как-то иначе. В регионах же почти совсем не развита практика внутренних аудитов и не внедрен цикл управления изменениями.

Еще нам необходимо популяризировать нашу работу. К сожалению, сейчас об итогах работы внутренних аудиторов сотрудники не знают ничего, а ведь важно регулярно получать информацию и о выявленных недостатках, и об их устранении. Это не только продемонстрирует эффективность службы качества, но поможет сотрудникам понять, над чем им стоит работать. Поэтому мы будем использовать для этого все доступные способы коммуникации.

Кроме того, нам необходимо наладить более эффективное взаимодействие службы менеджмента качества и группы методологии и контроля качества, где работают опытные медсестры и администраторы. Их опыт и знания очень пригодятся в решении общих задач.

// МЫ СТАЛИ АКТИВНО ЗАНИМАТЬСЯ РАЗВИТИЕМ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ – И ОЧЕВИДНО, ЧТО ОЗАБОТИТЬСЯ ИХ КАЧЕСТВОМ МЫ ТОЖЕ ДОЛЖНЫ//

НОВЫЙ ВИТОК РАЗВИТИЯ

– Можно ли говорить, что Премия Правительства РФ в области качества – это результат следования стандартам ISO?

– С одной стороны – да. ISO – это первый шаг в области управления качеством, поэтому если бы мы не стремились к соответствию стандартам качества ISO, мы бы никогда не получили премию. С другой стороны, сама Премия Правительства РФ базируется на другой модели, которая называется EFQM (European Foundation Quality Management). Эта модель чуть шире, чуть больше, чем ISO, потому что EFQM занимается не только стандартизацией бизнес-процессов как таковых, но еще и помогает выстроить систему постоянного изменения и улучшения самой компании.

Премия Правительства РФ в области качества, полученная ИНВИТРО, для меня лично – убедительное подтверждение того, что мы в своем понимании развития системы управления качеством уже вышли за рамки ISO и должны жить и развиваться в модели EFQM. Это что касается наших среднесрочных планов в развитии системы управления качеством.

Кстати, модель EFQM позволяет нам сосредоточиться не только на управлении качеством, но и на качестве управления, хотя этим вопросом ИНВИТРО также занимается давно. Здесь одна из главных проблем – это вопросы коммуникаций между департаментами, и мы над этим очень активно работаем.

– Значит ли это, что ИНВИТРО переходит на новые стандарты управления качеством?

– Нет, ISO пока остается для нас базовыми стандартами. С EFQM, по сути, мы только начали работать. Мы прошли аудит по этой модели в рамках подачи заявки на получение Премии Правительства РФ. Это дало нам возможность познакомиться с технологией проведения аудиторских проверок, узнать, как выстраивается модель оценок. Мы получили базу, чтобы делать такие же конструкты самим. И постепенно будем перестраивать свою работу и работу внутренних аудиторов так, чтобы она в большей степени соответствовала модели EFQM.

– Существует ли компания, где, на ваш взгляд, система менеджмента качества работает идеально?

– В мире есть немало компаний, где качество медицинской помощи оценивается на высочайшем уровне. Как пример можно назвать Мауо – сеть клиник в США. Кстати, ИНВИТРО развивается таким образом, что рано или поздно она станет многопрофильной медицинской организацией. А это значит, что нам снова будет куда стремиться. Для таких организаций лучшей практикой в части управления качеством является международный стандарт JCI (Joint Commission International). В мире это самый признанный стандарт качества именно в медицине. Если мы возьмем курс и поставим себе задачу развить нашу систему менеджмента качества до уровня, когда мы могли бы получить сертификат JCI, это было бы высшим нашим достижением в системе управления качеством.

Секрет ювелирного качества

Уровень лояльности клиентов говорит о качестве работы всей компании. Но борьба за доверие клиента похожа на работу ювелира – она требует кропотливости, усердия, полной сосредоточенности на объекте. Этими достоинствами просто обязаны обладать те, кто непосредственно отвечает за качество услуг в ИНВИТРО. Мы попросили нескольких таких сотрудников рассказать, что для них является секретом качества.

Ирина Толмачева, заместитель руководителя диагностического центра ИНВИТРО, лауреат премии «Территория качества»:
– Стремясь к высокому качеству обслуживания, первое, о чем нужно думать, – это искренняя забота о пациенте. Она должна присутствовать во всем – это и есть главный секрет. Особенно это важно в нештатных ситуациях. Недавно коллеги оформляли одинокую пенсионерку, у которой не было родственников в городе. Утром следующего дня ей нужно было лечь в больницу, и наша администратор сама вечером привезла результаты исследований домой к пациентке, которой было трудно передвигаться. Это было искреннее желание помочь в сложившейся ситуации. Важно в ежедневной, порой рутинной работе оставаться человечным, понимающим, сострадательным и любить свою работу, направленную на помощь людям.

Любовь Смирнова, лучший агент департамента транспортной логистики, лауреат премии «Территория качества»:
– Качественное обслуживание будет только там, где нет ошибок. Секрет – в слаженной работе команды согласно отстроенным процессам. В моей работе, конечно, возможны непредвиденные ситуации. Чтобы избежать накладок, я всегда проверяю, нужную ли посылку мне выдали, заранее уточняю время встречи, беру дополнительные контакты для подстраховки. Мне помогает и личный принцип – никогда не опаздывать. Даже на встречу с друзьями прихожу на полчаса раньше.

Светлана Гелина, руководитель контакт-центра, лауреат премии «Территория качества» в номинации «История успеха»:
– Уже 13 лет в ИНВИТРО я каждый день убеждаюсь: качественно работает только тот, кто любит свою работу. Если в коллективе человечные отношения, если сотрудники уважают друг друга и своих клиентов – любое происшествие покажется не таким страшным. В нештатной ситуации достаточно внимания, усидчивости и толики терпения.

Светлана Лапшина, старший администратор, МО «Свердловский, 86» (Урал):
– Секрет качества – это внимание к каждой проблеме клиента и приложение максимальных усилий для ее решения. Бывают случаи, когда у пациента возникают вопросы: почему, например, наши результаты отличаются от результатов других лабораторий или почему наши услуги дороже. И мы такие вопросы не игнорируем: обязательно в частном порядке объясняем, что результаты разные из-за того, что мы используем более качественные и, соответственно, более дорогие реагенты. Так или иначе, мы разбираемся в каждой проблеме или претензии пациента до конца.

Нона Овсепян, лучший врач-консультант, лауреат премии «Территория качества»:
– Для меня секрет качества – это порядочность в работе. Любой специалист должен понимать свою ответственность и всегда делать чуть больше. Важно не перекидывать задачи друг на друга и внимательно относиться к коллегам.

Чтобы быть профессионалом в нашей работе, одних знаний недостаточно: пациентам очень нужны сострадание и отзывчивость. Каждый врач должен быть немножко психологом – недаром говорят, что доброе слово может заменить 10 лекарств. Почти 70% приема составляют повторные пациенты – значит, им комфортно общаться со специалистом и находиться в учреждении.

Наталья Гасилова, заведующая лабораторией молекулярной диагностики, лауреат премии «Территория качества»:
– Для меня на первом месте стоят интересы человека, который обращается к нам за помощью. Врач должен видеть в пациенте не очередную рабочую задачу, а человека и его проблему – в этом и заключается секрет качества. У клиентов тоже случаются форс-мажоры. С некоторыми мы сталкиваемся почти ежедневно: например, пациент уже записан к врачу и ему нужно получить результаты исследований быстрее. Конечно, это потребует от нас дополнительных усилий, тем не менее в таких случаях мы всегда стараемся пойти навстречу.

Филипп Шубин, заведующий группой контроля качества, врач КДЛ (Урал):
– Строгое следование стандартным операционным процедурам – вот мой секрет качественного обслуживания. Фантазии здесь недопустимы. Единообразие технологий и методик – одно из неоспоримых достоинств ИНВИТРО. Тем не менее у клиентов возникают претензии, и они касаются, как правило, результатов исследований. И тогда мы обязательно разбираемся в каждой. Порой это настоящее детективное расследование: оценивается правильность всех действий – от забора биологического материала до корректности работы оборудования и интерпретации результатов.

Лидия Федорова, менеджер по контролю качества (Санкт-Петербург):
– Высокое качество обслуживания – это когда мы предоставляем пациентам адекватные результаты, за которые можем поручиться. Должны отсутствовать аналитические ошибки: неправильная калибровка, неработающий реагент, технические неполадки в анализаторах. Мы ежедневно проводим контроль качества: если выявляем такие ошибки, не допускаем пробы пациента к анализу.

Елена Черкова, лучшая медицинская сестра медофиса на ул. Нагатинская (Москва):
– Для меня секрет качественной работы – это высокое мастерство, которое порой требуется демонстрировать. Например, при работе с маленькими пациентами – у детей едва заметные вены; к тому же они не понимают, что происходит, малышей нужно отвлекать или уговаривать. И когда все получается, чувствуешь себя настоящим профессионалом.

Качество на уровне ДНК

Качество обслуживания клиентов должно быть одним из важнейших вопросов для компаний, стремящихся сохранить лидерство в своей отрасли, и ИНВИТРО не исключение. Для клиентов компаний, работающих в сфере услуг, качество определяется двумя составляющими: качеством самой услуги и качеством обслуживания. Получить довольного и лояльного клиента, предоставив ему только одну из сторон этой медали, уже невозможно. Это давно поняли те компании, о которых сегодня говорит весь мир: они делают ставку не только на услугу или продукт, но и на ощущения, остающиеся у клиентов после контакта с брендом. Принципы качества в таких организациях работают не только в бизнес-процессах, но и на уровне идеологии. Предлагаем посмотреть на лучшие практики мировых лидеров, цель которых – превзойти ожидания клиентов.

Что скрывается за словами «клиентоориентированный сервис»? Кипы инструкций и тренинги для персонала, работающего непосредственно в зоне сервиса? Конечно, нет. Гонка за лояльностью и счастьем клиентов должна начинаться совсем в другом месте. Компании-лидеры, для которых клиентский сервис жизненно важен, применяют клиентоориентированный подход ко всему бизнесу и поэтому выигрывают. У таких организаций есть свои привычки. Познакомимся с ними поближе.

Глава Amazon Джефф Безос проповедует политику открытости между всеми сотрудниками компании

ПРИВЫЧКА № 1: ВЫСОЧАЙШИЙ УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ – ЭТО ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА

Знаменитая миссия Amazon гласит: «Мы стремимся быть самой клиентоцентричной компанией в мире». Нескромно, но, как показывают успехи компании, эти амбиции не беспочвенны.

«Лучшее, что у нас есть, – для вас каждый день» – девиз американской сети супермаркетов Wegmans, которая решила сделать ставку на эмоциональный аспект посещения крупных продуктовых магазинов, позиционируя это как приятный опыт, а не рутинную еженедельную обязанность. Слава Wegmans бежит впереди нее, так как каждый год компания получает около 5000 писем от клиентов с просьбой открыть магазин в их городе.

Авиакомпания Southwest Airlines известна своим исключительным сервисом на борту, которому полностью подчинена философия этого бизнеса. Почетный президент компании Коллин Барретт однажды назвала Southwest Airlines «сервисной компанией, которая, так уж получилось, занимается авиаперевозками».

Apple может похвастаться одним из самых высоких в мире показателей продаж на единицу площади магазинов. Перед персоналом, работающим в торговых залах, стоит задача не продать товар, а помочь покупателю. Цитата из руководства для сотрудников гласит: «Ваша цель – понять все желания покупателя, даже те, о которых они и не догадываются».

Каждый сотрудник Disney, работающий в знаменитых Диснейлендах,

Сотрудников Disney трудно заподозрить в показухе

прекрасно знает следующее: «Гость иногда может ошибаться, но дайте ему право на ошибку, не унижая его достоинства». Радость от общения с клиентом действительно лежит в основе поведения сотрудников Disney, поэтому их трудно заподозрить в показухе.

Компании, преуспевшие на ниве клиентоориентированности, не ограничиваются фиксацией правил клиентского сервиса в политиках и трудовых договорах – эта компетенция у них в крови. Сотрудники всегда делают немного больше, чем от них ожидают клиенты. Корпоративные легенды о качестве становятся стандартами, которыми руководствуются в работе и стараются превзойти. Это путь лидеров. Остальные же довольствуются акциями в стиле «Вкус сезона» – скучными и бессмысленными.

Сервисная компания, которая, так уж получилось, занимается авиаперевозками, – так позиционирует себя Southwest Airlines

ПРИВЫЧКА № 2: ЛОЯЛЬНОСТЬ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ – ПУТЬ К ДОВЕРИЮ КЛИЕНТОВ

«Проявляйте благоразумие в любой ситуации» – гласит правило для персонала американской сети магазинов одежды Nordstrom. Лидеры выбирают доверие к своим сотрудникам.

Amazon нанимает самые «креативные головы» и создает для них все условия для того, чтобы они придумывали, как еще улучшить клиентское обслуживание.

Президент авиакомпании Southwest Гэри Келли считает, что его главное секретное оружие – это люди. В этой организации все кандидаты проходят очень строгий отбор, а новые сотрудники должны усвоить девять принципов лояльности, среди которых следующие: относиться к клиентам, как к детям; делать всегда чуть больше; быть частью корпоративной семьи. Сотрудники находятся на вершине пирамиды приоритетов Southwest и чувствуют себя как клиенты своего работодателя, получая все «плюшки» клиентоориентированного сервиса. В компании верят, что после этого сотрудники просто не смогут не перенести этот подход на обслуживание клиентов, которые в пирамиде идут сразу же после персонала.

Президент авиакомпании Southwest Гэри Келли

В Диснейлендах сотрудников нет – есть актеры. Их не нанимают, а приглашают на роль. Они и относятся друг к другу, как к гостям детских парков, то есть клиентам – это важный принцип компании.

Все эти примеры доказывают, что успешные организации начинают выстраивание качественного клиентского сервиса не с клиентов, а с сотрудников.

ПРИВЫЧКА № 3: ПОСТОЯННОЕ ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ДОЛЖНЫ ЛЕЖАТЬ В ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Благодаря своей программе подготовки кадров компания Wegmans постоянно попадает на страницы журнала Forbes. Президент компании Коллин Уэгмэн отмечает: «В первые годы мы развивались не так быстро, как хотелось бы. Этому есть причина – мы должны были быть уверены, что в каждом новом магазине будут работать люди, полностью готовые обеспечить высочайший уровень сервиса, который предполагает наша модель».

Дотошное внимание к деталям в Apple распространяется и на работу с персоналом. После непростой процедуры отбора счастливчики интенсивно обучаются клиентскому обслуживанию, продажам и знаниям о продукте.

Первым корпоративным университетом считается открытый Уолтом Диснеем обучающий центр для всех новых сотрудников – он и сегодня остается одним из самых крупных в мире. При этом среди огромного количества обучающих курсов в нем нет ни одного, посвященного качеству. Это и не нужно, ведь качество и сервис заложены в каждом из них! Кстати, в университете Disney могут обучаться и сотрудники других компаний.

В компаниях, по-настоящему ориентированных на клиентский сервис, любой имеет право на обучение и повышение квалификации.

Chris Parypa Photography / Shutterstock.com, Andrey Bayda / Shutterstock.com, EPA/MICHAEL REYNOLDS, Lee Badrock / Alamy Stock Photo, Kristoffer Tripplaar / Alamy Stock Photo, Patti McConville / Alamy Stock Photo,

ПРИВЫЧКА № 4: ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТОВ И УРОВЕНЬ ИХ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОСТОЯННО ИЗМЕРЯЮТСЯ

«Лучшее, что у нас есть, – для вас каждый день» – девиз американской сети супермаркетов Wegmans

Письменный стол Пита Нордстрома, одного из руководителей компании Nordstrom, обычно завален письмами от клиентов и сотрудников с историями о том, какой след в их жизни оставил опыт взаимодействия с компанией. Мало кто из топ-менеджеров крупных компаний может похвастаться тем же.

В компании Apple нет строгих планов продаж для сотрудников, но зато измеряется результат их работы по так называемой шкале привязанности, то есть способность сотрудников заинтересовать клиентов в приобретении дополнительных продуктов – например, AppleCare. Сотрудники, не выполняющие контрольные цифры по этому показателю, отправляются на дополнительное обучение, где им объясняют, как распознать очевидные и неочевидные желания клиентов.

Опросы клиентов, применение методики «Тайный покупатель», использование CRM и внедрение методов оценки лояльности клиентов позволяют компаниям существенно повысить качество клиентского сервиса.

ПРИВЫЧКА № 5: ИННОВАЦИИ, ИННОВАЦИИ И ЕЩЕ РАЗ ИННОВАЦИИ

Amazon придерживается политики открытости между всеми сотрудниками – в компании верят, что это вдохновляет на инновации. Топ-менеджмент личным примером поддерживает эту политику. Прямым следствием этих принципов стало пионерство Amazon в использовании технологии покупки в один клик, благодаря чему покупки в Интернете стали намного проще и быстрее. Кроме того, рабочие группы, формируемые для разработки и внедрения инноваций в клиентском сервисе, не должны в Amazon превышать 5–7 человек, то есть соответствовать «принципу двух пицц», который изобрел глава компании Джефф Безос. Согласно этому принципу, по мнению Безоса, идеальная команда не должна включать больше людей, чем можно насытить двумя пиццами.

Изобретение Apple называется Genius Bar – это специальная секция в сети розничных магазинов Apple Store, отведенная для бесплатных консультаций пользователей. Она отличается от обычной справочной службы или техподдержки тем, что все работы выполняются «гениями» – специально подготовленными сотрудниками, которые нацелены на выявление реальных потребностей и желаний клиента. Согласно исследованиям, проведенным в 2012 году, 9 из 10 владельцев устройств Apple собираются купить еще одно устройство производства этой компании после визита в Genius Bar.

Компании, достигшие успеха на поприще клиентского сервиса, просто не могут существовать без постоянного движения вперед, которое выражается в разработке и реализации инновационных решений в бизнесе. Сотрудники, не скованные чрезмерным контролем, готовы предлагать эти решения клиентам именно тогда, когда им это нужно.

Многие компании пытаются повысить уровень клиентского сервиса, но далеко не всем это удается. Пытаясь произвести «косметический ремонт фасада», они редко задумываются о том, что меняться необходимо изнутри. Клиентоориентированность должна пронизывать компанию на всех уровнях и сопровождать все процессы на уровне ДНК.

Apple может похвастаться одним из самых высоких в мире показателей продаж на единицу площади магазинов

Франчайзинг: перезагрузка

29 сентября в московском Экспоцентре состоялась первая конференция для собственников франшизы ИНВИТРО, на которой обсуждался новый вектор развития сотрудничества компании с франчайзи. Впервые встреча прошла в виде делового мероприятия, а центральной тематикой дискуссии стала перезагрузка формата сотрудничества, которое впредь будет основано на искренних, доверительных и взаимовыгодных партнерских отношениях.

Более 200 партнеров из регионов приехали в столицу, чтобы напрямую пообщаться с топ-менеджментом компании и получить информацию о стратегическом развитии из первых рук. В деловой части конференции выступили основатель ИНВИТРО Александр Юрьевич Островский, а также представители топ-менеджмента: Антон Буланов, Виталина Левашова, Роман Иванов, Елена Кондрашева, Ольга Овсянникова и Дмитрий Фадин. Спикеры рассказали о том, какие вызовы сегодня стоят перед компанией, обсудили форматы коммуникаций между партнерами по бизнесу, а также представили новый подход к взаимоотношениям собственников с франчайзи – «Хартию франчайзинга ИНВИТРО» (подробнее о ней читайте на стр. 16–17).

прямая речь

Мурат Токбаев,
франчайзи ИНВИТРО (медофисы в Москве и в Сургуте):

– Коммуникации – это важно! Нам нужно знать позицию менеджмента и собственников компании, их стратегическое видение; нам необходимы общение и обмен информацией, совместное обсуждение всех наболевших проблем. Иначе невозможно добиться настоящего доверия, а это – самое ценное в сотрудничестве с ИНВИТРО. Доверие подкрепляют ценности, одинаковые для собственников, менеджмента и франчайзи. Ведь мы ведем бизнес совместно!

ЭМОЦИИ – В АВАНГАРДЕ

Директор по корпоративным коммуникациям Антон Буланов рассказал о том, как меняется маркетинг применительно к рынку лабораторной диагностики и какой план действия на ближайшую перспективу разработал департамент маркетинга и коммуникаций ИНВИТРО.

В условиях смены потребительского поведения пациенты сейчас не следуют слепо назначениям врача, а сами ищут информацию о том, что именно им нужно, – прежние инструменты дают сбой. Например, постоянную генерацию новых акций и снижение цен на услуги Антон Буланов назвал «дорогой в никуда», так как это негативно влияет на рентабельность бизнеса и приучает людей не покупать услуги по стандартным ценам. А главное, что это не делает компанию уникальной и оригинальной в глазах клиентов. Компания должна создавать эмоциональную привязанность клиентов

Топ-менеджеры компании представили франчайзи ИНВИТРО новый подход к взаимоотношениям с собственником

к бренду – только таким образом можно обеспечить их долгосрочную лояльность. Также Антон Буланов заверил франчайзи, что уровень их информированности о том, что делается в ИНВИТРО в сфере маркетинга, будет возрастать.

Специально приглашенный гость, доктор экономических наук, профессор НИУ ВШЭ Игорь Липсиц в своем выступлении рассказал о роли человеческих эмоций в современном маркетинге. «Работа с эмоциями клиентов – это задача франчайзи. Франчайзер может создать бренд, он может сделать его узнаваемым, он может предложить разумную систему цен – это его зона ответственности. Но вот ощущение счастья от прихода туда, где будут делать укол или какое-то обследование, может обеспечить только франчайзи. И этим придется заниматься, так как именно здесь лежит будущее маркетинга в лабораторной диагностике», – сказал профессор.

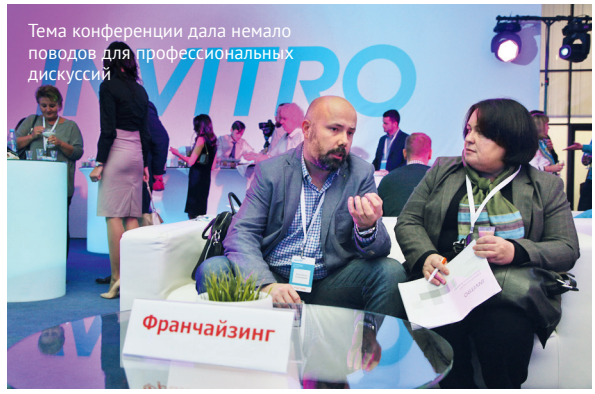
ПРИГЛАШЕНИЕ К РАЗГОВОРУ

Директор технологического департамента ИНВИТРО Елена Кондрашева поведала об изменениях в техподдержке: развитии средств превентивного мониторинга для выявления и исправления возможных ошибок. Также она сообщила о завершении работы над каталогом услуг, которые ИНВИТРО оказывает своим франчайзи в части IT. Каталог существенно пересмотрен: теперь он стал одинаково понятным для обеих сторон, что позволяет избежать ситуаций, когда из-за несоответствия ожиданий и реалий возникает чувство неудовлетворенности результатом.

Одна из важнейших задач, которые стоят перед франчайзи, – сделать так, чтобы бренд INVITRO вызывал у клиентов только положительные эмоции

Около одного миллиона новых пациентов – таков итог работы канала корпоративных продаж в 2016 году, что сопоставимо с количеством клиентов, привлеченных через розницу. Об этом сообщила директор департамента корпоративных продаж ИНВИТРО Ольга Овсянникова. Ольга осветила несколько актуальных проблем: ценообразование у корпоративных клиентов в рознице; сравнение условий, предоставляемых на старте корпоративным клиентам и франчайзи; взаимодействие региональных партнеров с корпоративными клиентами.

Открытость, откровенный диалог и готовность к сотрудничеству – одни из важнейших атрибутов нового подхода к взаимоотношениям ИНВИТРО со своими франчайзи, и конференция стала отличной площадкой для конструктивного общения.



Тема конференции дала немало поводов для профессиональных дискуссий

прямая речь

Антон Буланов, директор по корпоративным коммуникациям ИНВИТРО:

– В новой парадигме маркетинга, которую мы строим, важно понимать, что мы уходим от разделения на маркетинг франчайзи и маркетинг компании. Сегодня маркетинг ИНВИТРО – это все мы. Ведь помимо стратегического, есть уровень, который называется маркетингом «на земле», на местах. Мы хотим не просто стимулировать предпринимательскую инициативу партнеров, а предоставить инструменты, создать правила игры, которые исключали бы конкуренцию в треугольнике «ИНВИТРО – франчайзи – корпоративные клиенты». Мы хотим обучать партнеров новым навыкам, давать знания, потому что любой предприниматель – прежде всего маркетолог.

«Хартия франчайзинга ИНВИТРО»: курс на стратегическое партнерство

За 12 лет, прошедших со старта франчайзинговой программы под брендом INVITRO, нашими партнерами-франчайзи открыто более 500 медицинских офисов не только в России, но и в других странах присутствия. ИНВИТРО стала системообразующей компанией для всего рынка франчайзинга, а наша франшиза – одной из самых востребованных и, как следствие, отмечена высшими наградами и первыми местами во всех наиболее престижных рейтингах. Компанией выстроены долгосрочные и крепкие отношения со своими франчайзи. Однако сегодня, когда меняется деловая среда, когда существенные трансформации претерпевает рынок лабораторной диагностики, когда большие изменения происходят в нашем бизнесе, пришло время перемен и в практике франчайзинга. В 2017 году компания объявила о создании «Хартии франчайзинга ИНВИТРО». О том, зачем нужна хартия и как она готовилась, «Лабораторной работе» рассказал основатель и генеральный директор ИНВИТРО Александр Юрьевич Островский.

– Александр Юрьевич, почему возникла необходимость изменения модели отношений между франчайзером и франчайзи?

– Мы всегда считали и считаем, что только искренние, доверительные и взаимовыгодные партнерские отношения между франчайзером и франчайзи способны обеспечить стабильное развитие бизнеса, конкурентоспособность и устойчивый рост доходов. До определенного момента наша работа с франчайзи не давала повода для беспокойства, но любые отношения между партнерами со временем требуют пересмотра. Это связано с изменением обстоятельств, появлением новых рисков для предпринимателей, рождением нового видения и целей. В конце концов, растет количество партнеров, что неизбежно влечет за собой формализацию отношений, рассеивание внимания. Все это создает определенные угрозы совместной работе: накапливаются недоверие и недопонимание, появляются взаимные упреки, возникают конфликты интересов. Именно поэтому мы решили заявить о нашем принципиально новом подходе к взаимоотношениям с франчайзи, выразителем которого и должна стать хартия.

– В чем суть этого подхода?

– Бизнес держится во многом на человеческих отношениях, а они, в свою очередь, должны строиться на принципе равенства. Раньше наши отношения с франчайзи можно было описать моделью отношений «продавец – клиент». В такой модели изначально заложен принцип неравенства, что рано или поздно приводит к столкновению интересов. Мы хотим уйти от ситуации, в которой существуют доминирующая и подчиненная сторона, и предлагаем двигаться дальше на равных партнерских позициях, вне зависимости от того, насколько долго мы работаем с тем или иным франчайзи или каков размер его бизнеса. Для нас равное партнерство – это прежде всего высочайший уровень доверия, готовность разделить риски и ответственность, понимание общей цели и стремление вместе преодолевать препятствия на пути к ее достижению.

В повестке конференции представление хартии франчайзинга ИНВИТРО было одним из главных пунктов

– Зачем для этого понадобилось создание хартии?

– Доверие и прочие подобные категории, описывающие человеческие взаимоотношения, невозможно перевести в формальную юридическую плоскость, поэтому возникла необходимость в документе, аккумулирующем неформальные договоренности, единые общие правила, гарантирующие тождественное понимание целей и задач обеими сторонами. Таким документом и стала хартия. Для ее разработки была создана рабочая группа, состоящая из топ-менеджмента ИНВИТРО, а также, что очень важно, представителей франчайзи – примерно поровну. Мы определили основные болевые точки и начали разрабатывать решения по ним. Начало работы трудно было назвать гладким – мы столкнулись с недоверием со стороны некоторых партнеров. Но в итоге те, кто были настроены скептически, предложили наибольшее количество интересных идей! Это говорит о том, как важно проговаривать вслух свои действия и намерения, оттачивать формулировки, вырабатывать общее видение.

– Какова структура документа? На что в нем нужно обратить особое внимание?

– В хартии много места уделено правам и обязанностям сторон. Например, если собственник обязывается разрабатывать единую стратегию и обеспечивать режим информационной открытости для партнеров, то те, в свою очередь, должны поддерживать единство бизнес-модели и единство бренда. Другими словами, франчайзер несет ответственность за эффективность франчайзинговой модели, а франчайзи – за точность ее воспроизведения.

– Закончена ли уже работа над хартией?

– Мы сформулировали набор принципов, который пока существует в виде проекта. Это только начало, некая стартовая позиция, и ни в коем случае хартия не превратится в документ, высеченный в мраморе. Я уверен, что будет много правок, дополнений, исправлений. Будут меняться обстоятельства – значит, что будут меняться и правила игры. Еще раз повторю, что никакой юридической силы хартия не несет и нести не будет. «Мы же договорились в хартии делать именно так» – это очень важный аргумент, который должен стать сильнее иных юридических норм. Хартию можно назвать как угодно – манифестом, заповедями, кодексом чести. Суть в том, что для нас те понятийные вещи, которые будут в хартии отражены, гораздо важнее любых юридических документов. Мы никому эти принципы не собираемся навязывать, это добровольный выбор. Для всех, кто вместе с нами эти принципы разделяет, они имеют равную силу, для всех партнеров – старых и новых, крупных и поменьше, независимо от их территориальной принадлежности, культурных различий и т. д. Остальное просто: если ты разделяешь наши ценности, значит, нам по пути.

300 точек на пути к улучшению

15 ноября состоялся первый эфир корпоративного радио – нового канала внутренних коммуникаций ИНВИТРО. Гостем «Прямой линии» стала заместитель генерального директора ИНВИТРО Виталина Левашова. Она рассказала о текущих и будущих преобразованиях в компании.

О ТРАНСФОРМАЦИИ ПО АДИЗЕСУ

Изменения в компании – это не какая-то специально подготовленная разовая акция, это процессы естественные и постоянные. Наша задача – научиться меняться правильно, контролировать и направлять изменения и извлекать из них пользу.

В прошлом году был опубликован манифест Александра Юрьевича Островского: он зафиксировал основные приоритетные области, которые мы намерены развивать: маркетинг и информационные технологии. В первую очередь, это означает, что мы должны не просто подстраиваться под запросы потребителя, а формировать их, просчитывать наперед и предлагать пациентам то, о чем они еще только начали задумываться.

Для реализации программы трансформации был создан Комитет по изменениям (Participative Organisational Council, ПОК). Он назначает задачи, контролирует исполнение и отвечает за организационные и структурные изменения. Комитет определил 12 потенциальных направлений развития на ближайшие 5-7 лет, куда входят, например, медицинские услуги на дому, производственный контроль, программы мониторинга состояния здоровья, медицинские информационные сервисы и даже ветеринария.

Семь менеджеров ИНВИТРО прошли обучение в Институте Адизеса, став интеграторами методологии Адизеса, ее проводниками в коллективе компании. Чтобы определить дальнейший вектор изменений, мы провели масштабную диагностику точек потенциального улучшения – так называемых «пипов» (PIP – Potential Improvement Points). По сути, «пип» – это проблема, требующая решения. Таких точек было выявлено 300. Все они имеют разный масштаб – что-то может решиться на уровне одной службы или даже одного человека, что-то требует коллективного решения силами нескольких подразделений. Для решения таких сложных проблем были собраны «синертимы» – объединенные команды, куда входят не только руководители, но и рядовые сотрудники из разных подразделений. Сейчас в компании собраны и действуют 10 таких синертимов. На сегодня в работе 172 «пипа», по 11 из них уже найдены решения, ожидающие реализации.

Если поначалу деятельность каждого синертима контролировал сотрудник Института, то сегодня работники ИНВИТРО, входящие в эти команды, имеют уже достаточно опыта, чтобы действовать самостоятельно. Таким образом, сейчас работу контролирует только один из кураторов Института – Станислав Краузе.

В качестве примера «пипа», по которому уже найдены решения, можно привести проблему, связанную с подбором персонала. Для начала выяснили, в чем конкретно состоит эта проблема по мнению участников синертима. Как оказалось, каждый ее видит по-своему. Кто-то считает, что вакансии слишком долго закрываются. Кого-то сроки удовлетворяют, но не устраивают выбранные сотрудники – то квалификация не та, то по каким-то причинам надолго не задерживаются. Но вот что выяснилось на самом деле: основной проблемой стало взаимное непонимание между нашими специалистами по подбору персонала и внутренними заказчиками. Непонимание на самом простом уровне: одним не удается правильно сформулировать свои потребности,

другим – понять, чего же на самом деле хочет внутренний заказчик. Задачу разбили на две подзадачи: во-первых, поиск общего языка, чтобы обе стороны могли раз и навсегда определиться с терминами и понятиями; во-вторых, формирование профессионального доверия внутреннего заказчика к сотрудникам по подбору персонала, признание их компетентности в этом вопросе. Понятно, что реализация этих решений потребует времени и усилий, но когда путь уже обозначен и задачи сформулированы, двигаться дальше намного проще.

Это пример схемы решения каждой из существующих проблем, или, говоря терминами Адизеса, работы с точками потенциального улучшения. Понятно, что на смену одним проблемам приходят другие, но мы постепенно отрабатываем методику их разрешения – а это уже половина дела.

Для тех, кого заинтересовала методика Ицхака Адизеса, и для тех, кому интересно, каким образом компания может и должна развиваться в дальнейшем, мы рекомендуем литературу из корпоративной электронной библиотеки ИНВИТРО. В частности – «Совещания по Адизесу. Практическое руководство».

О КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ

В первую очередь, мы должны стать еще требовательнее к себе, брать ответственность за решения, которые принимаем, критически относиться к ошибкам и качественно анализировать опыт, чтобы совершенствовать себя и компанию. Результат ИНВИТРО в целом зависит от эффективности каждого сотрудника, поэтому мы даем возможность участвовать в управлении переменами.

Нас ждут ускорение темпов работы и минимизация компромиссов. Но мы сохраним отличительные черты ИНВИТРО: открытость, человечность и душевность. Не позволим культуре мобильной семейной компании превратиться в бюрократизированного монстра.

О РАЗВИТИИ СОТРУДНИКОВ

Сотрудник ИНВИТРО – это тот человек, который хочет развиваться вместе с компанией. И важно понимать, совпадают ли его личные интересы с идеологией организации. Если да, то мы никак не ограничиваем людей, даем возможность расти и совершенствоваться. Достаточно знать одно – в какой сфере работник собирается расширять свои знания и навыки.

Алексей Кортнев: «Хороший врач знает, что такое эмпатия»

О том, что такое качество глазами музыканта и актера, о преемственности поколений в воспитании детей, о профессии врача и о многом другом, специально для читателей «Лабораторной работы» рассказал Алексей Кортнев. Лидера группы «Несчастный Случай», безусловно, можно назвать одним из самых преданных друзей ИНВИТРО: вся его большая семья пользуется нашими услугами уже много лет.

– Алексей, в этом номере журнала мы много внимания уделяем качеству. Поэтому не могу не задать вопрос: вам всегда удается делать все хорошо и качественно?

– Нет, не всегда. Я в юности относился к качеству гораздо серьезнее, чем сейчас, как ни странно. Раньше я думал, что любое свое сочинение нужно месяцами оттачивать и вылизывать. Я полагал, что качество есть мерило работы, и лишь с течением лет убедился, что это не так. Часто вещи, на которые ты тратишь огромное количество времени и энергии, никому не нравятся, кроме тебя самого. На самом деле, критерий качества – это невероятно сложный вопрос, потому что качество не есть безупречность. Качественная вещь может иметь изъяны, просто они не должны мешать основному предназначению. Я со временем стал многие вещи делать, можно сказать, «левой ногой», в совершенстве обучившись ремеслу. И, когда я смотрю на результат, я понимаю, что он лучше того, над которым я когда-то корпел годами.

Сейчас для меня «делать качественно» – это значит добиваться того, чтобы продукт полностью удовлетворял запросам публики.

– Но ведь не всегда ваш запрос к себе и запросы публики совпадают?

– Да! Они могут быть абсолютно разными. Наверное, самыми качественными нашими песнями считают какие-нибудь «Что ты имела в виду?» или «Генералы песчаных карьеров» – для меня ни та, ни другая не значат почти ничего. Они были сделаны совершенно примитивными способами, но тем не менее пользовались популярностью.

– Отдельно взятый человек способен сделать так, чтобы все вокруг него было правильно и хорошо?

– Да, если он умеет подбирать команду и собирать вокруг себя людей, которые помогут ему в стремлении сделать все хорошо. А еще важно правильно воспитывать детей, чтобы они потом стали твоими друзьями.

– Когда вы это поняли?

– Я это знал всегда, потому что я рос в такой семье, окруженный друзьями моих родителей – невероятно умными, интересными, веселыми профессорами московских институтов. Они пели, играли в футбол, были мастерами спорта по самбо, вместе ходили на байдарках и в горы – такие классические «шестидесятники».

– У вас выбора другого не было просто.

– Совершенно верно. Ковбойки в клетку, гитары, палатки – я счастлив, что прошел через это все, потому что это была самая романтическая школа жизни. Это почти та же армия, только в которой тебя любят по-настоящему. Ты валишь лес, разжигаешь костер под ливнем, ставишь палатку, таскаешь на себе 25-килограммовые байдарки по 10 километров. Но все это происходит в ситуации не взаимной ненависти, а любви.

// КРИТЕРИЙ КАЧЕСТВА – ЭТО СЛОЖНЫЙ ВОПРОС, ПОТОМУ ЧТО КАЧЕСТВО НЕ ЕСТЬ БЕЗУПРЕЧНОСТЬ//

– Детям вы стараетесь дать хотя бы часть этого образа жизни?

– Конечно, хотя в походы мы, к сожалению, не ходим. Но мы путешествуем и в этих поездках точно так же делим ответственность, и наши старшие ребята отвечают за младших. Мы уже предпринимали поездки, когда я был один с четырьмя детьми. Я понимаю, что могу абсолютно положиться на старших, потому что они выполняют функции «наседки» не хуже, чем я.

– Что в вашем понимании здоровый образ жизни?

– Это когда ты не позволяешь себе излишеств. Как написали мои гениальные друзья из «Квартета И»: «Сынок, я даже не могу написать тебе «не пей!», потому что иногда, сынок, знаешь, лучше пить». Вот то же самое я могу сказать о здоровом образе жизни. Если мне на какой-нибудь прекрасной пирушке предложат съесть мяса с картошкой и запить стаканом водки, я это сделаю. Хотя я знаю, что это несочетаемые вещи. Но это бывает редко – и зачем же обижать людей, которые предлагают? Обида принесет твоей карме и здоровью в конечном счете больший вред. Но если вредные привычки становятся повседневностью – да, это приводит к печальным последствиям.

– Если говорить об алкоголе, то как вы его выбираете – где, сколько, когда, с кем?

– Это абсолютно индивидуально. Среди моих друзей есть прекрасные люди, с которыми я пошел бы в разведку, но спирт бы я с собой не взял. А есть люди, с которыми я могу выпить много. Потом, конечно, страдать, говорить себе: «Ах, зачем, зачем, зачем?»

– Так тоже бывает?

– Ну, ребята, а как иначе? Мы живые люди. И живем мы на планете Земля! Мне доводилось мучиться от похмелья и с немцами, и с англичанами, и с американцами, благо мы достаточно много наездились со спектаклями по миру. Так что мера – это вещь абсолютно индивидуальная, и здесь никаких рекомендаций давать нельзя. Если можешь не пить – не пей. Не можешь – пей с умом.

– Вы дома готовите сами?

– Ну так, яичницу. Не более того.

– Какими видами спорта вы сейчас увлекаетесь?

– Горные лыжи и гольф. Ну и бадминтон еще, конечно. Но в «бадмик» я играю очень осторожно, потому что любая игра, где требуются настолько быстрые движения, может привести к «потере ног».

– В бадминтон вы играете с друзьями?

– С друзьями, с тренером. У нас компания так подобралась: в «Несчастном Случае» несколько человек очень хорошо играют. Все в детстве занимались, имели какие-то разряды, поэтому у нас не так, как у Дмитрия Анатольевича с Владимиром Владимировичем было, а реально – мы умеем это делать, поэтому рубимся. Мы даже на гастроли с собой ракетки возили, в кофр упаковывали с инструментами. Как-то раз в Домодедово играли. Домодедово строится бесконечно, и были моменты, когда там можно было отойти за угол и обнаружить гигантские пустующие

пространства. Мы в ожидании рейса там играли в бадминтон.

– А спорт по телевизору?

– Люблю смотреть волейбол, потому что это моя самая главная игра. А вот играть перестал, потому что набрал вес и боюсь ноги себе «порвать». И гольф, когда ты в нем уже хорошо разбираешься, смотреть безумно интересно. И это для меня просто беда: я могу часами сидеть и смотреть, как идет какой-нибудь европейский или американский тур. Арсений, мой сын, очень хорошо играет, он член молодежной сборной. Вернее, он из нее то выпадает, то входит обратно, потому что там очень большая конкуренция.

– Признаете ли вы диеты?

– Мы два раза в год с Аминой (Амина Зарипова – супруга. – *Прим. ред.*) садимся на двухнедельный курс голодания, который включает в себя прием таблеток. Ты сначала неделю не выходишь из туалета, потом четыре дня полностью голодаешь – на соках. Потом три дня восстанавливаешься. Месяца три после этого летаешь, как на крыльях. Потом все возвращается обратно, ты перестаешь летать, три месяца опять тебе тяжело, потом опять голодание, три месяца летаешь – и так далее. Так мы и живем.

– На праздновании десятилетия ИНВИТРО – Сибирь вы выступали в медицинских халатах, чем вызвали бурю восторга. А вы себя когда-нибудь в роли врача представляли?

– Нет, у меня к этому склонности нет ни малейшей. Не потому что мне противны какие-то физиологические моменты – я совершенно не брезглив. И бывал в разных ситуациях, когда надо было помогать человеку (со всеми взрослыми людьми такое бывало). Я, наверное, мог бы быть неплохим медбратом – вот если бы приперло. Если война и тебе говорят: «Давай, иди, выноси раненых» – я бы этим занимался, и не тошнило бы, и не отворачивался бы. Но не больше. Тяги к более глубокому проникновению в человеческий организм или человеческую душу не чувствую.

//УМЕНИЕ ВХОДИТЬ В РЕЗОНАНС С ПАЦИЕНТОМ – ЭТО СВОЙСТВО, КОТОРОЕ, НАВЕРНОЕ, ДЕЛАЕТ ВРАЧА ГЕНИЕМ//

– Чем, кроме опыта и знаний, должен обладать хороший врач?

– *(Долгая пауза.)* Вы знаете, я хотел быстро ответить «добротой», но потом понял, что это неправда. Может быть и очень злой врач, даже не любящий человека – черт с ним, не это важно. Важно вот что: есть такое понятие, как эмпатия – совместное переживание, на одной волне. Есть такие люди (среди врачей в первую очередь, но не только), про которых ты понимаешь, что они тебя не любят, но они тебя спасут – просто потому что ты им симпатичен, ты с ними на одной волне. А другие могут тебя любить (мамы, бабушки и дедушки – они же тебя страшно любят), но ничем не в силах помочь абсолютно. Поэтому умение входить в резонанс с пациентом – это очень специфическое свойство, которое, наверное, делает врача гением.

– Что вы цените в ИНВИТРО?

– Во-первых, ИНВИТРО – это компания, которая всегда находится в шаговой доступности. Не надо ехать куда-то за многие километры в поисках. Мы недавно переехали, и я сразу нашел ИНВИТРО в пяти минутах от дома. Во-вторых, я знаком с людьми, которые принимали участие в создании компании. И я точно знаю, что они очень хорошо разбираются в предмете и отвечают за результат своим честным именем. Это здорово!

– Что вы можете пожелать в преддверии Нового года нашим сотрудникам?

– Не разливать анализы *(смеется)*. Если серьезно, то желаю стабильности и улучшения. Наш народ вроде пытается каждый год стабилизироваться, но получается как-то не очень. Надеюсь, что в этот раз все получится.

Сибирский размах

Открытие крупнейшего за Уралом лабораторного комплекса и 1000-го медицинского офиса; масштабная врачебная конференция международного уровня; вечернее торжество, где основатель группы компаний угощает гостей коктейлями, – 10-летие ИНВИТРО – Сибирь отметили нестандартно и с душой.

цифры

Новосибирский лабораторный комплекс

2,5 тыс. м² – площадь комплекса

1,5 суток – максимальный срок транспортировки исследований для всех медицинских офисов компании в Сибири и на Дальнем Востоке

Самым главным подарком к юбилею ИНВИТРО – Сибирь стало открытие нового лабораторного комплекса, где будут обрабатывать заказы на исследования со всей Сибири и Дальнего Востока, и 1000-го медицинского офиса холдинга ИНВИТРО. 4 октября приглашенные журналисты и чиновники смогли убедиться в том, что новые объекты ИНВИТРО на карте Новосибирска оснащены в соответствии со всеми мировыми стандартами.

1. Торжественный момент: открытие 1000-го медицинского офиса ИНВИТРО
2. Сортировочная станция – гордость нового лабораторного комплекса
3. На конференции настоящий ажиотаж вызвала секция маркетинга

На следующий день в конференц-зале гостиницы «Новосибирск Мариотт Отель» состоялась Международная научно-практическая конференция «Медицина XXI века – взгляд в будущее. Современные аспекты междисциплинарного подхода к профилактике, диагностике и лечению».

В мероприятии приняло участие около тысячи специалистов из клиник и медицинских центров со всей Сибири. Состав спикеров конференции впечатлял. Перед гостями выступили такие авторитетные эксперты, как соучредитель и управляющий партнер 3D Bioprinting Solutions Юсеф Хесуани, медицинский адвокат Лиги защиты медицинского права Елена Гриценко, профессор кафедры акушерства и гинекологии РУДН Ольга Пустотина, директор Института здоровья женщины (Мадрид, Испания) Сантьяго Паласиос, медицинский директор сети клиник «Семейная», «Дента-Эль» и Научно-практического центра хирургии Павел Бранд, заместитель генерального директора ИНВИТРО по организационному развитию и управлению персоналом Виталина Левашова и многие другие.

Особенный ажиотаж вызвала секция маркетинга. Ее участниками

прямая речь

Александр Хамидулин, генеральный директор ИНВИТРО – Сибирь:

– Введение в строй нового лабораторного комплекса – закономерный шаг на пути масштабной экспансии ИНВИТРО в Сибири и на Дальнем Востоке. Неслучайно одновременно мы открываем в Новосибирске и 1000-й офис ИНВИТРО. В ближайшей перспективе мы откроем порядка 100 медицинских офисов.

прямая речь

Дарья Васина, заместитель генерального директора ИНВИТРО – Сибирь:

– Когда мы придумывали концепцию праздника, хотелось продемонстрировать отличие ИНВИТРО от других медицинских компаний и связать ее с современным искусством, потому что лабораторная деятельность – искусство воплощать в жизнь новые методы диагностики организма человека. Так родился замысел создать арт-объекты из лабораторных материалов.

стали многие маркетологи медицинских центров из Сибири, которые выразили желание и дальше участвовать в подобных мероприятиях, так как вопросы маркетинга в медицине недостаточно широко обсуждаются в сообществе.

Кульминацией юбилея стал праздничный вечер. В распоряжение более чем 300 сотрудников компании-юбиляра и гостей праздника было отведено пять этажей киноконцертного комплекса «Победа», расположенного в центре Новосибирска. Специально к торжеству сотрудники ИНВИТРО – Сибирь совместно с приглашенными дизайнерами создали полномасштабную выставку Modern diagnostic art, на которой были представлены известные картины, изготовленные из лабораторных медицинских материалов, а также объемные арт-объекты, сделанные из пробирок, колпачков, бланков результатов и даже из разных элементов приборов, с помощью которых выполняются исследования.

Во время шоу выступления топ-менеджеров перемежались творческими номерами, так или иначе отражавшими этапы развития компании. А когда на сцену вышла группа «Несчастный случай» в брендированных халатах ИНВИТРО, зал просто взорвался – такого не ожидал никто! Однако изюминкой вечера и точкой притяжения гостей стала барная стойка. Нет, совсем не потому, что сотрудники ИНВИТРО любят выпить. Дело в том, что напитки здесь смешивали Александр Островский и основатель ИНВИТРО – Сибирь Евгений Печковский, причем они угощали коктейлями, рецепты которых были подготовлены специально к празднику и носили названия, так или иначе имеющие отношение к лабораторной работе.

1. Одним из самых популярных экспонатов выставки Modern diagnostic art стал «Бланкоплан» – крылья из фирменных бланков ИНВИТРО
2. На время шоу музыканты «Несчастного случая» превратились в сотрудников компании
3. Танцуют все!
4. Гости с удовольствием выстраивались в очередь за коктейлями от Александра Островского и Евгения Печковского

Взгляд в будущее медицины

Фраза «будущее не за горами» безнадежно устарела. Оно уже наступило и продолжает формироваться прямо сейчас у нас на глазах – в режиме реального времени. В этом могли убедиться участники II Международной конференции «Будущее медицины: курс на инновации», которую ИНВИТРО провела в Санкт-Петербурге. Впервые в мире в дискуссию по здравоохранению включился космонавт с МКС.

Вторая Международная конференция «Будущее медицины: курс на инновации» – отклик на прямой запрос собственников медицинских компаний, которые заинтересованы не только в том, чтобы реагировать на стремительные изменения в отрасли, но и инициировать их.

ИНВИТРО, лидирующая в своем секторе не только по объему бизнеса, но и по разработанным и внедренным технологиям и компетенциям, выступила инициатором создания уникальной дискуссионной площадки для общения участников рынка.

В этом году мероприятие посетило более 200 человек. Главные врачи, владельцы клиник, ученые, преподаватели медицинских образовательных учреждений встретились, чтобы обсудить технологическую революцию в отрасли и свою деятельность в условиях, когда инновации меняют медицину в целом и жизнь каждого человека в отдельности. Мы расскажем о самых ярких кейсах, представленных на конференции.

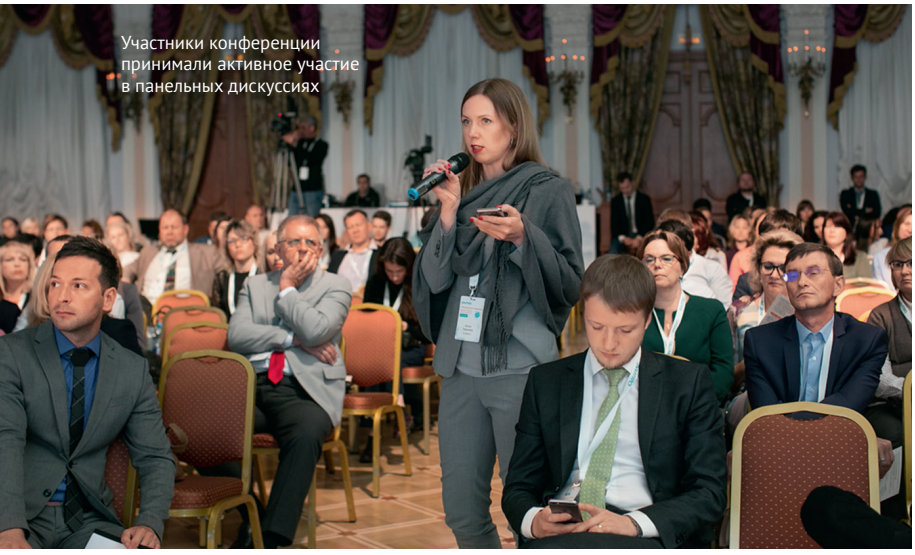
ДИАГНОЗ ПО ЮЗЕРПИКУ

На рынке медицинских услуг удаленные консультации присутствуют уже более 40 лет, однако понятие «телемедицина» стало широко применяться только в последние годы. С появлением смартфонов, беспроводных переносимых устройств и видеоконференций эти услуги становятся доступными и открывают большие возможности, но в то же время рождают технические, правовые и этические проблемы.

С 1 января 2018 года в России вступает в силу новый закон, разрешающий проведение медицинских интернет-консультаций. Каковы его ограничения и требования? Как выстроить систему защиты информации, паспортных данных, адресов пациентов? Сможет ли законодательство пойти дальше и разрешить создание полноценных интернет-клиник? Как сделать общение с пациентом максимально комфортным и результативным? Ответы на эти вопросы искали руководитель «Яндекс.Здоровья» Григорий Бакунов, член стратегического комитета ИНВИТРО Дмитрий Фадин, генеральный директор ONDOC Александр Константинов, директор по инновациям сервиса Doc+ Илья Ларченко и член экспертного совета по вопросам внедрения информационных технологий при Министерстве здравоохранения РФ Борис Зингерман.

Эксперты выразили надежду, что в ближайшее время все участники процесса придут к разумным и эффективным решениям, адаптируясь к существующим реалиям.

Кульминация конференции – прямое включение с МКС



Участники конференции принимали активное участие в панельных дискуссиях

АНАЛИЗИРУЯ ЭТО...

Big Data (большие данные) – это технологическая возможность анализировать огромные массивы данных со всеми вытекающими последствиями. Сторонники использования Big Data в сфере здравоохранения доказывают, что большие данные имеют все шансы сделать жизнь людей максимально безопасной.

На конференции прошел зажигательный баттл на эту тему между исполнительным директором компании Life Data Lab Евгением Николаевым, который отстаивал ценность Big Data, и Дмитрием Фадиным, оспаривающим доводы соперника. Судьи в составе управляющего директора ABBOTT Дмитрия Парамонова, директора по инновациям «Атлас Биомед Групп» Андрея Перфильева и руководителя проекта «Здоровье.Mail.ru» Евгения Паперного выбрали победителем Евгения Николаева, считая, что Big Data – это ключ к выявлению, прогнозу заболеваний и развитию превентивных мер в области медицины.

прямая речь

Сергей Рязанский, Герой России, к. м. н., космонавт:

– Я уверен, что российская сторона может внести передовой вклад в развитие космических технологий.

ЗЕМЛЯ В ИЛЛЮМИНАТОРЕ

Ключевым событием конференции стало прямое включение с Международной космической станции, организованное при поддержке Госкорпорации «РОСКОСМОС». Впервые в мире на медицинской конференции выступал спикер, находящийся на орбите Земли. Герой России, кандидат медицинских наук, космонавт Сергей Рязанский рассказал о том, как планируется проводить эксперимент по биопечати органов в условиях невесомости на принтере, который разработала лаборатория биотехнологических исследований 3D Bioprinting Solutions. Участники обсудили и другие перспективы космической медицины.

ЭТО НЕ НАПЕЧАТАЮТ В ГАЗЕТЕ «ЗОЖ»

Несмотря на прорывные медицинские технологии, число пациентов, занимающихся самолечением, растет. Об этом рассказал управляющий директор Ipsos Healthcare RUSSIA Олег Фельдман, представивший социологический портрет российского пациента XXI века. Россияне по-прежнему обращаются за медицинской помощью только тогда, когда им становится совсем уж плохо, а причиной тому – многочисленная реклама медицинских препаратов, а также значительная доля безрецептурных лекарств, продающихся в аптеках. Моментально эту проблему не решить. По мнению Олега Фельдмана, исправить ситуацию можно только просветительской работой, активно пропагандируя бережное отношение к здоровью и квалифицированную медицинскую помощь.

прямая речь

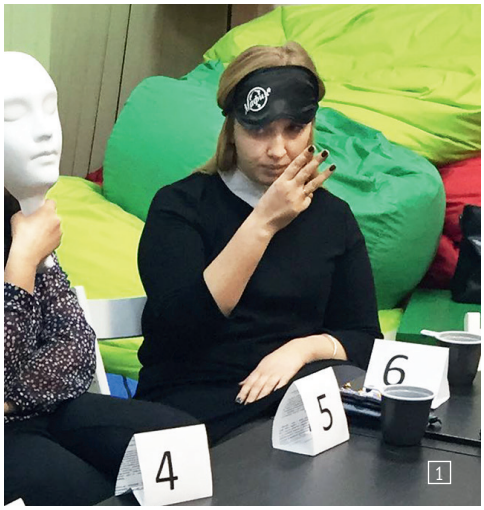
Григорий Бакунов, руководитель «Яндекс.Здоровья»:

– Когда появляется новая технология, обычно существует сторона, которая выигрывает, и сторона, которая теряет. От телемедицины выигрывают все: и врачи, и клиники, и пациенты, и сервисы.

Евгений Николаев и Дмитрий Фадин сошлись в баттле о будущем Big Data в здравоохранении

SHOW MUST GO ON

Вечерняя часть конференции прошла под эгидой проекта Science Slam (международный проект популяризации науки, своеобразные научные бои). Молодые российские ученые рассказали о биомедицинских стартапах в формате стендап-шоу. Выступления были ограничены определенным временем, ученые представили свои проекты максимально наглядно и понятно для аудитории. Оригинальность идей, доказательная база показали возможности дальнейшего развития российских инновационных медицинских технологий, их конкурентоспособность.



1

Примерно раз в два месяца мы собираемся на Малой Семеновской, в кабинете «Санкт-Петербург» (или в клубе Высшей медицинской школы). Наша сеть постоянно расширяется, рано или поздно каждый из вас в нее попадет. Потому что мы мафия!

Потому что мы мафия!

3

В «Мафию» в клубе ИНВИТРО играют со дня его основания в 2016 году. Это самая популярная из всех клубных игр – в последние полгода она проводится как минимум один раз в два месяца, а иногда и чаще.

«Мафия» – проверенный и эффективный вариант тимбилдинга: вы едете отдохнуть, развлечься, пообщаться, а между делом оттачиваете логику и стратегическое мышление, учитесь распознавать невербальное поведение и работать в команде, тренируете навыки аргументированного спора и аналитические способности.

«Крестная мать» игры «Мафия» в стенах ИНВИТРО – Яна Арсагова, маркетолог Высшей медицинской школы. Она профи (играет

в профессиональном клубе) и умело вербует новых адептов.

Яна Арсагова: *«Нас уже много. Однажды играли параллельно двумя столами – один стол по правилам классической «Мафии», другой – по правилам городской. К нам иногда заходят и директора. За вечер успеваем сыграть от трех до шести партий (продолжительность зависит от количества игроков). Расходимся обычно после девяти вечера».*

В «Мафии» все, как в жизни: правила существуют, но исход игры всегда непредсказуем – рационалисты имеют фору, но нельзя сбрасывать со счетов случай, удачу и интуицию. Это всегда жаркие споры, создание и разрушение коалиций, доверие и злоупотребление доверием, битва за лидерство и холодный расчет.

Классический и городской варианты игры «Мафия» подчиняются разным правилам, построены на разных принципах и, соответственно, требуют разных талантов и компетенций.

Яна Арсагова: *«Профи опирается на логику, любитель – на эмоции. Любитель верит или не верит, а профи отслеживает и сопоставляет факты: за кого голосует игрок, с кем объединяется и против кого. Профи играют более напористо, умело врут и примеряют на себя чужую роль. Умело – значит убедительно и аргументированно».*

Например, роль шерифа, который играет за команду мирных жителей и должен уничтожить мафию, может прикинуть на себя опытный мафиози – и получится в городе два шерифа, но только один из них настоящий. Кому верить? Новички обычно боятся таких «противоправных» трюков. Но именно в умении разыгрывать сложные схемы и отстаивать свою правоту и заключается мастерство. Мы всегда радуемся новым участникам, помогаем им быстро понять правила игры и влиться в процесс.

А самое главное здесь то, что «Мафия» – это серьезно. Даже не надейтесь, что, выйдя из клуба, вы снова превратитесь в мирного жителя и офисного клерка. Вы в системе, и выйти из нее… Можно. Но никто не хочет.

Виктория Максимова, заместитель главного бухгалтера ООО «ИНВИТРО»: *«На игре завязываются новые знакомства, и это помогает в работе. Например, я бухгалтер, с коллегами из маркетинга в перерывах между партиями обсуждаю вопросы по договорам на рекламные и маркетинговые услуги – это сильно ускоряет процесс оплаты счетов. Гораздо легче находить общий язык с теми, с кем играл в «Мафию». Я теперь, когда встречаю коллег-мафиозников на различных совещаниях, приветствую их как родных. Определенно, они больше, чем просто коллеги».*

Также в клубе ИНВИТРО проводятся и другие настольные игры. Свои предложения по их проведению присылайте на адрес электронной почты: invitro_club@invitro.ru.

1. Ирина Корепанова показывает, кого из игроков она хочет убить. В игре, конечно
2. Яна Арсагова дает вводные игрокам
3. В игре наступила ночь
4. Маски не несут какой-то смысловой нагрузки. Просто они придают атмосферу загадочности и, говорят, удобнее, чем маски для сна

Рационализаторы от маркетинга

Подведение итогов работы по реформированию маркетингового направления в компании и обсуждение планов на будущее, а также знакомство и общение с коллегами из регионов – 6–7 октября в Новосибирске прошел II слет маркетологов ИНВИТРО, который собрал более 80 человек из разных городов – сотрудников, использующих в своей работе инструменты маркетинга.

Слеты маркетологов – координационные мероприятия, проводимые два раза в год с целью проинформировать сотрудников из регионов о планах развития маркетингового направления в компании, а также для того, чтобы познакомиться, обменяться опытом и интересными кейсами. И если на первом (весеннем) слете речь шла о намерениях по реформированию в сфере маркетинга, то в Новосибирске были представлены первые результаты и намечены планы работы на 2018 год.

прямая речь

Людмила Тищенко, директор ИНВИТРО Холдинг Лимитед:

– Встреча «глаза в глаза» предполагает партнерские отношения. Ведь мы все работаем не сами для себя, а для кого-то – для внешних и внутренних заказчиков. И формат, в котором каждый рассказывает о своих задачах и о своем направлении людям, для которых он это делает, – основной и самый эффективный путь строительства взаимоотношений.

Одним из самых важных вопросов стало обсуждение внедрения эффективного трейд-маркетинга в компании (одно из направлений маркетинга, позволяющее стимулировать продажи за счет воздействия на каналы сбыта). «Сегодня в наших медицинских офисах пациент не чувствует, что он важен для нас. Эту ситуацию мы будем менять, – отметил руководитель отдела операционного маркетинга Алексей Ворожейкин. – Клиентский сервис влияет на выбор потребителя в большей степени, чем цена, так как клиенты принимают критически важные для бизнеса решения в так называемых точках контакта. Мы должны стремиться сделать не что-то одно на 100% лучше, а сделать тысячу вещей лучше на 1%». Алексей добавил, что в самое ближайшее время будут меняться

прямая речь

Антон Буланов, директор по корпоративным коммуникациям ИНВИТРО:

– Маркетинг – такой вид деятельности, который невозможен без душевного подъема, который требует большой эмоциональной вовлеченности. Нам бы хотелось эту вовлеченность здесь создать, чтобы все, кто участвовал в слете, увезли ее с собой, унесли, если угодно, в своем сердце и начали бы в этой парадигме жить. Очень важно, чтобы мы вошли в 2018 год с осмысленным пониманием того, что мы будем делать в маркетинге на федеральном уровне и на местах.

Участники слета не скупились на эмоции

инструменты работы с клиентами в точках контакта: например, будут изменены скрипты (алгоритмы разговора сотрудника с клиентом). В более долгосрочной перспективе – идентификация клиентов на входе, разделение потоков клиентов и т. д. Внедрение начнется с группы медофисов в Москве, где будут замеряться увеличение среднего чека и количество покупок, удовлетворенность пациентов, рост пациентопотока.

Антон Зинин, руководитель направления социальных медиа, рассказал о том, что за шесть месяцев работы новой команды по управлению SMM количество подписчиков страниц ИНВИТРО в социальных сетях выросло почти в три раза.

«Но наша цель – не просто регулярно увеличивать аудиторию подписчиков, а обеспечивать сохранение индекса вовлеченности людей, – добавил Антон. – Для этого мы создаем особую визуальную идентичность, изменив подачу контента, стали использовать больше GIF-анимации, коротких видеороликов, конкурсов и опросов».

Руководитель отдела digital-обеспечения Евгений Бармин отметил, что в компании запланированы существенные изменения сайта как площадки для взаимодействия с любой аудиторией. Изменения направлены на увеличение информативности, лояльности аудитории и продаж.

«Интернет-маркетинг начинает работать на удержание пациентов, – добавил Евгений. – Планируется внедрение целого ряда таких механизмов, как «умный» поиск по каталогу, удобная система формирования заказа и оплаты, комбинация способов обратной связи и т. д. На 2018 год перед нами стоит задача увеличить трафик на сайт на 30%».

Дмитрий Фадин, член комитета по стратегии ИНВИТРО, рассказал о новых продуктах для врачей, которые планируется ввести в 2018 году. Среди них: мобильная платформа, позволяющая медорганизациям и врачам предложить своим пациентам услугу дистанционного консультирования (сопровождения); облачный секретарь, позволяющий врачу управлять потоком пациентов на основе кол-центра; подготовка врачей к профессиональным стажировкам за рубежом.

Кейс Сакена Нигмашева «Как доктор из Москвы увеличил цитируемость бренда INVITRO в Казахстане» стал одним из самых ярких событий слета. Сакен рассказал о том, как казахские коллеги пригласили известного педиатра и иммунолога Андрея Продеуса в Алматы выступить с лекцией «Почему болеет ребенок и что с этим делать?» Мероприятие оценили как в профессиональном сообществе, так и среди родителей – охват аудитории составил 700 тысяч человек.

Участники слета узнали также об основных направлениях работы PR-службы, программе лояльности ИНВИТРО, связи маркетинга и IT, методиках оценки емкости рынка и проведения бюджетных исследований и о многом другом. Обмениваясь опытом и знаниями с коллегами, участники продолжают работу над созданием единого информационного и маркетингового пространства ИНВИТРО. Следующая встреча запланирована на весну 2018 года.

цифры

2 дня

Более 80 участников

14 презентаций

прямая речь

Дмитрий Фадин, член комитета по стратегии ИНВИТРО:

– Маркетинг – это не направление, за которое несет ответственность отдел маркетинга, а то, что живет в каждом человеке. Чем больше будет таких мероприятий, тем лучше они будут становиться. Играет роль и атмосфера, и возможность общения с коллегами, потому что именно спикеры определяют успех мероприятия. Чем больше будет дискуссий, чем больше обратной информации мы будем получать, тем лучше будем работать в реальной жизни. В этот раз все пообщались здесь очень плодотворно и благожелательно.

прямая речь

Даниил Потлов, заместитель генерального директора по маркетингу и продажам ИНВИТРО – Урал:

– Подобные мероприятия надо проводить, это было понятно по итогам нашего весеннего слета. Очень здорово, что не стали ждать год, а провели второй слет существенно раньше.

Научно-популярно

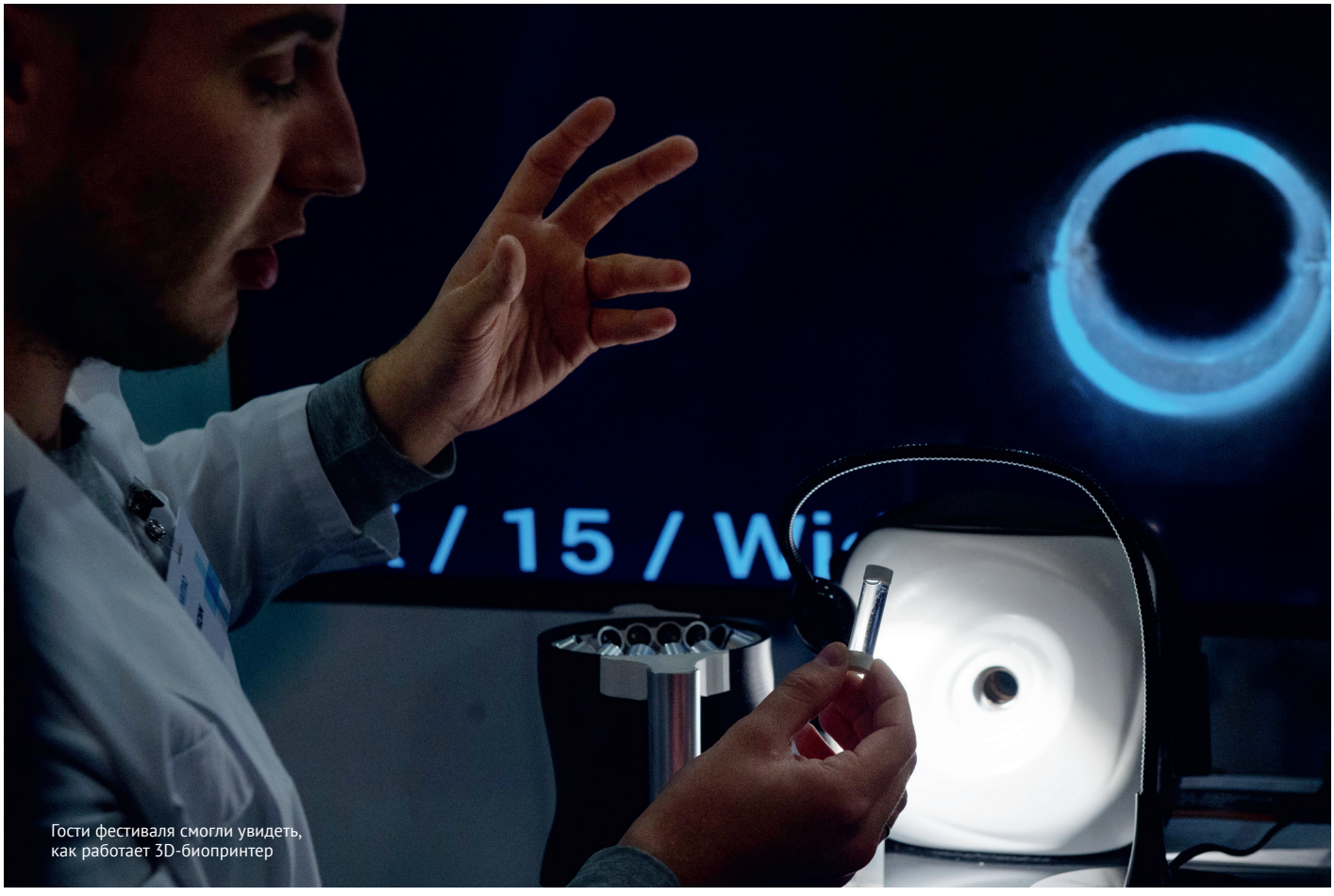
ИНВИТРО выступила медицинским партнером VII Всероссийского фестиваля NAUKA 0+, где представила «Лабораторию инноваций» и космический биопринтер.

Популяризация науки среди широкой аудитории, демонстрация уникальных российских научно-популярных проектов – таковы цели фестиваля, организованного в Москве по инициативе Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова при поддержке Министерства образования и науки РФ и правительства Москвы.

ИСПЫТАНО НА СЕБЕ

«Лаборатория инноваций ИНВИТРО» была развернута на центральной площадке фестиваля – в Фундаментальной библиотеке МГУ. Посетителям предлагалась виртуальная экскурсия по московскому лабораторному комплексу компании – одному из самых высокотехнологичных в России.

Участники мастер-класса могли попробовать себя в качестве сотрудников ИНВИТРО: взять кровь из вены у специального тренажера – руки для манипуляций по взятию венозной крови, которую создали специалисты Высшей медицинской школы и симуляционного центра, входящего в контур группы компаний ИНВИТРО. Именно эта рука, максимально точно имитируя настоящий человеческий орган, делала процедуру предельно приближенной к реальности. На этой же самой руке тренируются и специалисты ИНВИТРО. Неудивительно, что мастер-класс стал одним из самых востребованных на фестивале. Гости учились находить вену, перетягивали жгутом руку, вставляли в вену иглу, набирали кровь, меняли пробирки… Словом, в полной мере осознавали, что процесс вовсе не так прост, как им казалось раньше. А заодно в очередной раз убеждались в высоком уровне профессионализма сотрудников ИНВИТРО, которые безукоризненно выполняют



Гости фестиваля смогли увидеть, как работает 3D-биопринтер

«Донор-доброволец» позволяет всем желающим пустить ему кровь

эту процедуру каждый день в сотнях медицинских офисов компании.

В лаборатории также было представлено уникальное дорогостоящее оборудование партнеров компании – ООО «Вест-медика», которое используется для анализа биоматериалов, поступающих в лабораторию ИНВИТРО. Каждый посетитель имел возможность попробовать себя в роли лаборанта и поработать с автоматическим сканером-анализатором и биологическим микроскопом высокого разрешения.

Все медицинские материалы, использованные в процессе работы лаборатории на фестивале науки, были утилизированы в соответствии с нормативными документами СанПиНа точно так же, как это делается в повседневной деятельности компании.

КОСМИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ

Закономерно высокий интерес вызвала демонстрация космического биопринтера – научной разработки лаборатории биотехнологических исследований 3D Bioprinting Solutions, основанной ИНВИТРО.

Посетители задавали вопрос, в чем отличие нового биопринтера от тех, которые уже были созданы в мире ранее. Им объяснили, что биопринтинг – это технология, которая находится еще в самом начале своего развития и требует дальнейшего совершенствования. Глобальная задача 3D Bioprinting Solutions – научиться печатать сложные органоиды (мини-органы), которые смогут полностью выполнять свои функции и быть полноценной заменой человеческих органов. Можно сказать, что уже сегодня создана уникальная технология, не имеющая аналогов в мире. В 2018 году принтер будет отправлен на Международную космическую станцию, где с его помощью проведут ряд экспериментов по биопечати органоидов в условиях микрогравитации.

Практически все посетители лаборатории приняли участие в конкурсе «Имя, которое услышат звезды». Взрослым и детям предложили придумать название для биопринтера. Имя победителя будет выгравировано на принтере – оно войдет в историю космонавтики.

ПРЯМОЙ ДИАЛОГ

Участие в фестивале NAUKA 0+ лишний раз подтвердило, что ИНВИТРО – не только инновационная сеть лабораторий, но и компания, серьезно заинтересованная в создании и использовании передовых медицинских технологий для развития гуманистической, персонифицированной медицины.

В этом году ИНВИТРО впервые приняла участие в мероприятии такого рода. Подобная инициатива способствует привлечению заинтересованной молодежи, а в будущем – потенциальных сотрудников. А поскольку фестиваль стал семейным событием, деятельность компании смогли оценить не только сегодняшние клиенты и партнеры, но и те, кто только мечтает развивать науку и медицину в России.

ИНВИТРО планирует и в дальнейшем популяризировать научные медицинские достижения. Компания организует профильные конференции для медицинских специалистов, встраивается в события партнеров. Весной 2018 года совместно с инновационным центром «Сколково» планируется провести масштабную международную конференцию «Биофабрикации в космосе» с участием ученых со всего мира, работающих в сфере биоинженерии.

– ИНВИТРО выполняет свою главную задачу – повышение уровня самосознания людей, чтобы они научились профилактике здоровья с помощью современной медицины. Компания большими шагами идет к своей большой цели – максимально персонифицированной медицине. Эта цель, безусловно, стоит усилий, которые специалисты компании прикладывают для ее достижения, – говорит менеджер по связям с общественностью компании ИНВИТРО Дарья Куркова.

VR-погружение в секреты лаборатории, куда обычным посетителям вход воспрещен

Годовой отчет

Для компании и ее сотрудников уходящий, 2017 год выдался насыщенным и ярким. Давайте вспомним события, которые сделали его таким.

Люди

- Состоялся конкурс «Мистер и Мисс ИНВИТРО – 2017»
- Стартовал новый проект «Академия спорта ИНВИТРО»
- Прошел международный конкурс для тренеров «Будь в команде лидера»

Награды

- Основатель ИНВИТРО получил награду Минпромторга за вклад в развитие франчайзинга
- Наша компания стала лауреатом Премии Правительства РФ 2017 года в области качества
- Акция «Осенний букет» признана лучшей вирусной кампанией года по версии премии АКМР Digital Communication Awards – 2017

Медицина

- ИНВИТРО и лаборатория 3D Bioprinting Solutions представили космический биопринтер на Международном фестивале изобретателей Maker Faire Moscow – 2017
- Лаборатория инноваций ИНВИТРО представлена на Фестивале науки в МГУ
- Прототип биопринтера представлен на фестивале Alfa Future People
- Проведены исследования «Здоровье российского топ-менеджера» и «Не жди дедлайн»

Партнерство

- Подписано официальное партнерское соглашение с ФК «Локомотив»
- ИНВИТРО стала генеральным партнером II Международной конференции «Будущее медицины»
- В Уфе и Самаре открылись прототипы медицинских офисов в детском городе профессий «Чадоград»

Другие события

- Александр Островский возглавил компанию в должности генерального директора
- Старт трансформации компании по Адизесу
- Ликвидация последствий кибератаки вируса Petya
- ИНВИТРО представила свои франчайзинговые программы на BUYBRAND EXPO – 2017

Новые горизонты

- ИНВИТРО вышла на рынок Армении – первый офис ИНВИТРО в Ереване
- Открытие первого франчайзингового офиса в Беларуси (первая франшиза в республике)
- Открытие юбилейного франчайзингового офиса ИНВИТРО (500)
- Презентация нового бренда Vet Union
- Открытие 1000-го медицинского офиса в Новосибирске
- Открытие 100-го медицинского офиса на Урале

От Древнего Египта до ISO

Нередко изобретение стандартов качества приписывают ученым XX века. Но если бы дело обстояло именно так, то, возможно, многие шедевры и исторические артефакты древних цивилизаций просто не сохранились бы до наших дней. Начало долгого пути к хорошо нам известному ISO было положено еще в Древнем Египте.

КОНТРАКТЫ И СТАНДАРТЫ

Первой документированной системой качества в мире называют египетскую Книгу мертвых. Описанные в ней процедуры по подготовке души и тела включали в себя и стандарты обработки человеческих останков. Например, материал для тканей – покровов и бинтов – ткался только из льна определенного качества (виссон), который в отличие от всех нитей животного происхождения считался чистым. На тщательную мумификацию обычно уходило не менее 70 дней. Бальзамировщикам требовались растения и благовония, за которыми им порой приходилось отправляться в дальние страны. За обязательным ингредиентом – содой – ездили на север Египта. О том, насколько эти стандарты были хороши, мы можем судить по мумиям, сохранившимся до наших дней. Некоторые наши современники и при жизни выглядят гораздо хуже.

Создание мумий требовало тщательного соблюдения всех процедур, предусмотренных ритуалами

Древние греки были, как известно, гедонисты, а потому уделяли качеству много внимания во всех сферах жизни. Наиболее ярким примером может служить их подход к строительству. И строители, и специалисты создавали античные архитектурные шедевры (и не только), будучи поставлены в жесткие рамки весьма эффективной контрактной системы, подкрепленной разнообразными штрафами и премиями. Соответственно, к ним предъявлялись высокие требования, исполнение которых во многом обеспечивалось опять же многоступенчатой системой профессиональной подготовки.

Каждый из огромного множества терракотовых воинов был отмечен клеймом изготовившего его мастера

axz700 / Shutterstock.com

Жители гигантской Римской империи без стандартов были как без рук. Единицы измерения, строительные нормы и правила, технологические процессы, конструктивные элементы – стандартизировано было все. На всей территории Рима выпускались кирпичи одинакового размера и формы, землеустройство тоже осуществлялось согласно общей системе измерений. Полукруглая арка, которую и сейчас охотно используют архитекторы, была у древних римлян стандартным конструктивным элементом.

ПО УКАЗУ СВЕРХУ ИЛИ ОТ ДУШИ

Принято считать, что в Китае система контроля качества зародилась во время правления династий Шан и Джоу, то есть не позднее VIII века до нашей эры. С тех пор единицы измерения, нормы и правила, законы и указы изменились незначительно. Помимо накопления, скрупулезного фиксирования опыта и следования основанным на нем правилам, китайцы практиковали принцип личной ответственности за изготовленную продукцию. Каждый из огромного множества терракотовых воинов – глиняных фигур, захороненных вместе с китайским императором, – был отмечен клеймом его создателя. Изделия подписывали в обязательном порядке, чтобы при необходимости можно было отыскать автора и наказать его за некачественную работу.

Продукцию, требующую безупречного исполнения, в Древнем Китае потребляли в основном власть имущие, прежде всего семейство императора, придворные и госаппарат. Поэтому управление качеством было устроено «сверху вниз», то есть власть тратила много ресурсов на контроль за производством продукции.

А вот индусы хоть и создали множество документов с тщательно прописанными стандартами и правилами (известен, например, трактат

Манасара, в котором приводится детальная спецификация размеров для изготовления священных идолов), рамок особо не признавали. Они считали, что путь к высокому качеству лежит через душу мастера, а уж как бог на душу положит – это другая история.

ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ВЫСОКАЯ КВАЛИФИКАЦИЯ

По мере развития общества объем потребления увеличивался, росло число и уровень квалификации профессиональных мастеров. В Средневековье ремесленники составляли значительную часть населения, особенно в Европе. Объединяясь в профессиональные гильдии, они не только отстаивали свои права, но и предъявляли серьезные требования к своим членам, заботясь о профессиональной чести.

Впрочем, профессионалы дорожили качеством вне зависимости от участия в ремесленных сообществах. Великолепный пример – чешские мастера, чеканившие монеты, поражавшие изысканным дизайном и очень высоким качеством. Они неустанно улучшали технологию производства и издавали прекрасные трактаты по горному делу и металлургии. Систему подготовки специалистов сочетали с государственным контролем на всех этапах – от добычи до чеканки. Многие контрольные процедуры закрепились в документах и впоследствии перекочевали в другие отрасли.

Еще один европейский пример выдающегося управления качеством в Средние века – Венецианская верфь, которая долгое время обслуживала торговый флот, начиная с XII века. Предприятие признавали лучшим производителем судов в мире, здесь монархи лично подбирали специалистов для своих производств. Фактически верфь была вертикально интегрированным предприятием. В его структуру входили в том числе подразделения по планированию и контролю, которые рассчитывали стоимость продукции и следили за ее изготовлением. На верфи контролировали рабочее время и оплату смен, вели учет поступления и расхода материалов. Но в первую очередь здесь уделяли внимание квалификации персонала. Учеников брали на верфь с 10-летнего возраста, так как до сдачи экзамена на мастера они должны были отучиться не меньше восьми лет.

На предприятии в Венеции бывал и российский император Петр I, который тоже сыграл немалую роль в развитии подходов к управлению качеством. Нет, он не был первым менеджером качества на земле Русской. Еще в XI–XII веках новгородские купцы, создавая сети своих ремесленных мастерских, добивались того, чтобы изготовленные там изделия по качеству не уступали, а то и превосходили вещи, сделанные в Западной Европе или на Среднем Востоке.

Петр решал проблему в государственном масштабе. Первым делом он, конечно, навел порядок в производстве оружия, возложив ответственность за качество на владельцев заводов и их управляющих. Инспекторам было предоставлено право ставить на ружьях клеймо – сертификат соответствия высокому качеству. А инспекторов проверяли государственные чиновники. Готовые изделия подвергались обязательным испытаниям в строгом соответствии с установленными процедурами, а нарушение правил каралось жестоко. Впрочем, предусмотрел Петр и пряник – требование о создании приличных условий обитания для некоторых категорий работников весьма способствовало повышению качества их труда.

В ПРОМЫШЛЕННОМ МАСШТАБЕ

Промышленная революция XIX века перевернула сферу производства.

Первенцев / РИА «Новости»

Петр I не создал бы флот, если бы не ввел на верфях систему управления качеством

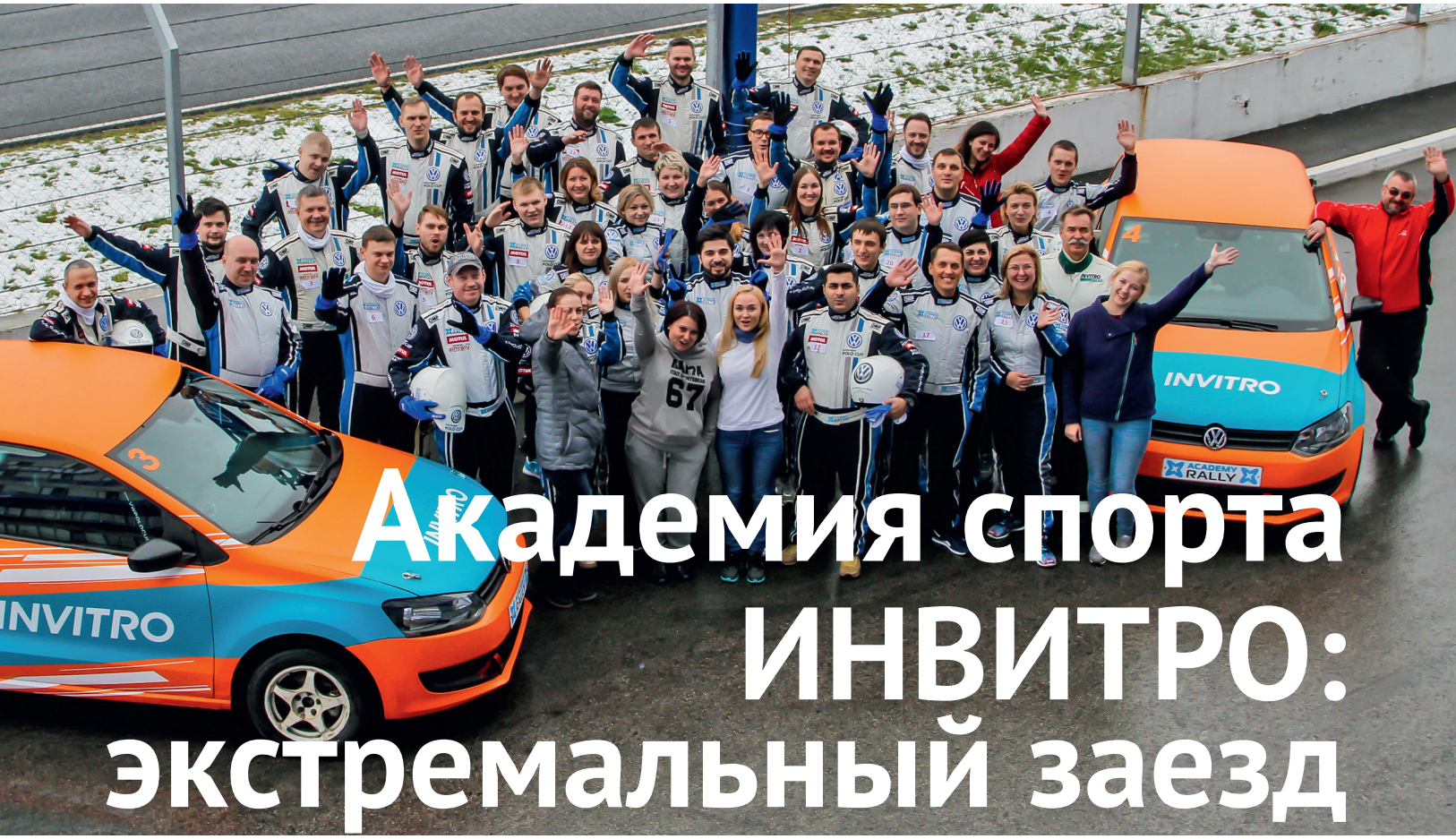
Мелкие мастерские исчезли, их заменили крупные фабрики, которые выпускали массовую продукцию поначалу очень невысокого качества. Производственную сферу, как и ремесло, необходимо было отладить и стандартизировать, а инженерам, мастерам и рабочим – приобрести квалификацию и накопить опыт.

Вкладываясь в производство, фабриканты стремились к тому, чтобы товар под их маркой был отменным. Государство тоже было заинтересовано в качественной продукции, инновациях и улучшении производств: социальное благополучие все больше зависело от эффективности предприятий, доступности и безопасности промышленных товаров.

Поэтому в XIX веке стали активно учреждаться государственные призы и награды за качество, в том числе и в России. При том отечественные предприятия не раз отмечались за рубежом. Так, Каслинский чугунный павильон завоевал высшую награду на Всемирной выставке в Париже в 1900 году.

Однако по-настоящему системный и научно обоснованный подход еще предстояло выработать, опробовать и адаптировать к различным отраслям.

Пражские гроши, по мнению многих экспертов-нумизматов, – одни из самых красивых монет Средневековья. Считается, что ничего похожего по силе экспрессии, благородству композиции, по красоте шрифта и качеству в целом в то время не было



Академия спорта ИНВИТРО: экстремальный заезд

Умение быстро реагировать и взаимодействовать в условиях неопределенности и высокой скорости – навыки, без которых в современном бизнесе делать нечего. Участники корпоративного ралли «Автоспорт и стратегическое мастерство», прошедшего в конце октября в Рязани, получили отличную возможность отработать их в экстремальных условиях.

ЛУЧШИЕ КОМАНДЫ

1-е место: **Ремнев Максим**, главный врач
Пастухов Юрий, руководитель отдела автоматизации

2-е место: **Островский Александр Юрьевич**, основатель ИНВИТРО
Гаврилов Сергей, руководитель проектов

3-е место: **Калентьев Валерий**, руководитель отдела финансового планирования и бюджетирования
Федин Владимир, заместитель генерального директора «ИНВИТРО – Информационные технологии»

Ралли – первое мероприятие в рамках нового проекта «Академия спорта ИНВИТРО», призванного обучать сотрудников компании, сочетая активную спортивную программу и серьезную теоретическую часть.

Утром 28 октября сотрудники, входящие в кадровый резерв, прибыли на территорию комплекса «Атрон», где их ждали брендированные гоночные автомобили. Участники ралли, разделившись на команды по два человека, преодолевали подготовленную для них трассу на время. Причем каждый из них обязательно должен был выступить в двух ролях – штурмана и пилота. После каждого этапа гонки экипажи подробно анализировали допущенные промахи, выясняли их причины и способы устранения, отмечали успешные действия и брали их на вооружение. По мнению Александра Юрьевича Островского, автора идеи нового формата обучения и члена одного из экипажей, таким образом ралли помогает получить и развить те навыки, которые необходимы в ежедневной работе и востребованы в бизнесе: умение стратегически мыслить, предвидеть риски и управлять ими, быстро принимать решения, слушать, слышать и доверять коллегам.

Для большинства участников гонки в Рязани стали первым опытом езды на спортивных автомобилях. Однако это ничуть не помешало им со всем азартом включиться в гонку и бороться за победу.

«Опыт трассы» был использован на практическом семинаре по разработке стратегии, который стал вторым этапом двухдневной программы. Под руководством профессора Высшей школы экономики Геннадия Константинова участники проекта оценивали стратегические вызовы и тренды, старались спрогнозировать, к какому развитию событий они приведут и как все эти изменения скажутся на ИНВИТРО. На основе полученных прогнозов разрабатывали тактику и формировали стратегические решения.

Управление гоночным автомобилем и управление бизнесом требуют стратегического мышления и быстрой реакции

прямая речь

Сергей Гаврилов, руководитель проектов:

– Я вожу машину 18 лет, но по треку прежде не ездил ни разу. Конечно, волновался. А когда узнал, что буду в одном экипаже с Александром Юрьевичем Островским, испытал широкую гамму чувств: гордость за то, что именно мне выпала такая честь, и одновременно ответственность за будущие поступки и слова.

На тестовом заезде сначала штурманом был я. Показалось, что мои команды для пилота абсолютно бесполезны. Александр Юрьевич довольно уверенно управлял автомобилем. После заезда я тщательно отметил все повороты, и у нас появилась «прописанная» конфигурация трассы. А вот когда мы поменялись местами, случился небольшой казус.

Вождение раллийной машины имеет свою специфику: у нее более острое рулевое управление, тормоза без усилителя, быстрый разгон. От штурмана я чаще всего слышал команду «газ!» и послушно ее выполнял, ведь штурман в экипаже главный, тем более что это основатель компании. Выходя из крутого поворота, я нажал на педаль газа, но не вывернул руль – на скользком асфальте машина съехала на заснеженную траву и ее понесло в столб, обложенный покрышками. Никто не пострадал, но я чувствовал себя очень подавленным. Однако вместе с Александром Юрьевичем мы начали искать решение для более эффективного взаимодействия и договорились, что штурман будет сообщать пилоту только о крутых поворотах, о необходимости переключения передачи и давать лишь две команды – «газ» и «сброс». И во время боевого раунда это сработало! Мы показали лучший результат в заезде.

Сергей Гаврилов и Александр Юрьевич Островский нашли эффективное решение проблем коммуникации, возникших во время тестовых заездов

С таким призывом обратился к футбольным фанатам президент клуба «Локомотив» Илья Геркус, подписывая официальное партнерское соглашение с ИНВИТРО.

Не забивайте на здоровье!

В конце ноября два российских лидера – в спорте и в лабораторной диагностике – в присутствии журналистов федеральных СМИ официально объявили о сотрудничестве и представили промежуточные результаты исследовательского проекта «Болей на здоровье».

ОХВАТИТЬ ВСЕХ

ИНВИТРО и «Локомотив» начали сотрудничество задолго до церемонии подписания соглашения о партнерстве. Медицинская компания приступила к работе со спортсменами «Локомотива» в июле 2017 года. Директор медицинского центра «Локомед» Сергей Микушин отметил, что за короткий период совместной работы он успел оценить качество и скорость обслуживания, которые демонстрирует компания.

– Наши запросы на исследования часто меняются, потому что необходимы специальные данные для профессиональных спортсменов, которые испытывают экстремальные нагрузки. Лаборатории ИНВИТРО предоставляют нам такую возможность и оперативно помогают проводить скрининговые и экспресс-анализы, – отметил Сергей Микушин.

Партнерство между «Локомотивом» и ИНВИТРО стало самым масштабным в истории российского футбола. Медицинская компания работает не только с основной командой, но и со всеми структурами клуба – вплоть до юных воспитанников академии. Кроме того, активно вовлекает в медицинскую программу фанатов «Локо».

Александр Юрьевич Островский и Илья Леонидович Геркус

– У «Локомотива» есть клубы по всей стране – гигантская аудитория, которая воспроизводит поведение своих кумиров. И работая с ней, мы сможем внести свою лепту в пропаганду здорового образа жизни, – рассказал о сотрудничестве с футбольным клубом основатель ИНВИТРО Александр Юрьевич Островский.

цифры

7899 результатов получили лаборатории с июля по октябрь 2017 года

11,6% – доля показателей с отклонением от нормы

В менее **10%** случаев выявлены признаки аллергии

Около **3%** обследованных испытывают стресс

ДИАГНОЗ: ПОЧТИ ЗДОРОВЫ

Профилактика заболеваний болельщиков «Локомотива» – такова цель проекта «Болей на здоровье», который совместно запустили футбольный клуб и медицинская компания. Несколько месяцев лаборатории ИНВИТРО оценивали состояние здоровья членов команды поддержки: проводили анализы общего состояния организма фанатов, функций их печени и почек, а также проверяли реакцию на стресс.

– Данные мы анализировали в октябре, к тому моменту обследование прошли 286 человек, сейчас же количество участников проекта превысило 600, – рассказывает ведущий медицинский эксперт ИНВИТРО Татьяна Понкратова. – Мы выявляли вероятность анемии, воспалительных, инфекционных и аллергических реакций, реакций на стрессовые ситуации и смотрели на функции печени и почек. В итоге мы выяснили, что болельщики «Локомотива» относительно здоровы, устойчивы к стрессу и почти не страдают аллергией.

Совместный проект «Болей на здоровье» продлится до июня 2018 года, специалисты планируют охватить значительную часть аудитории болельщиков и продолжить анализ результатов исследования.

INVITRO | корпоративный журнал группы компаний ИНВИТРО

Лабораторная РАБОТА

«Лабораторная работа» – корпоративный журнал группы компаний ИНВИТРО
Учредитель: ООО «ИНВИТРО»
Адрес учредителя: 125047, г. Москва, ул. 4-я Тверская-Ямская, д. 16, корп. 3

Главный редактор: Владимир Правоторов
Адрес редакции: 107023, г. Москва, ул. Малая Семеновская, д. 3а, офис 311
Электронная почта редакции: pressa@invitro.ru

Информационно-справочная служба ИНВИТРО
Россия: 8 (495) 363-0-363, 8 (800) 200-363-0
Беларусь: 8 (017) 222-21-31, 8 (801) 100-41-41
Украина: 0 (800) 50-90-90
Казахстан: 8 (800) 080-07-07

Контакты
Пресс-служба ИНВИТРО: 8 (905) 705-31-92
По вопросам франшизы: +7 (495) 258-07-88, startup@invitro.ru
Корпоративным клиентам: +7 (495) 357-16-25, corpsales@invitro.ru
Высшая медицинская школа: +7 (495) 783-35-28, info@vmsh.ru
Клинические исследования ИНВИТРО: trials@invitro.ru
Для коммерческих предложений: reklama@invitro.ru

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале ИНВИТРО, допускается только с разрешения редакции

Коммуникационная группа MEDIALINE

Контактные данные
Издатель: ИД «МедиаЛайн»
Адрес издателя: 105120, г. Москва, ул. Нижняя Сыромятническая, д. 10/9
Генеральный директор: Максим Шлегель
Отпечатано в типографии «Медиаколор»
Адрес типографии: г. Москва, Сигнальный пр-д, д. 19, стр. 1
Подписано в печать: 15.12.2017
Дата выхода из печати: 27.12.2017

Тираж 999 экз.
Распространяется бесплатно

16+

Фото на обложке:
© Екатерина Чеснокова / РИА «Новости»
Дом Правительсва РФ в Москве на Краснопресненской набережной

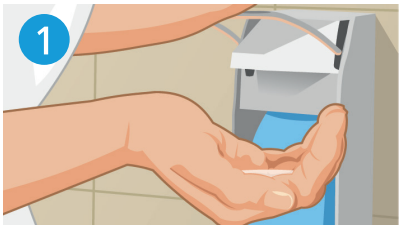
Гигиена рук в процедурном кабинете

HARTMANN

Создавая здоровое будущее

Цель: защита медицинской сестры и пациента от инфицирования вирусами парентеральных гепатитов и ВИЧ.

Алгоритм проведения внутривенной инъекции/забора крови на анализ:



Обработать руки спиртосодержащим антисептиком.

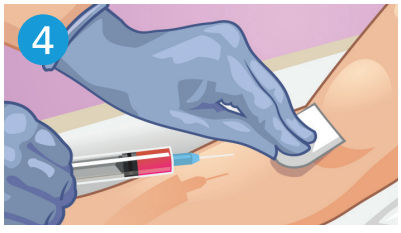
Sterillium® / Стериллиум®

Подготовить пациента к процедуре (наложить жгут, обработать кожу).

Cutasept® F / Кутасепт Ф

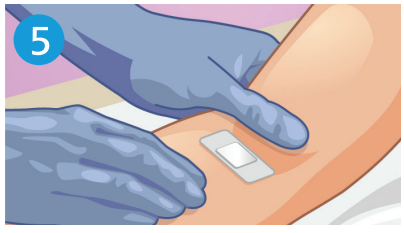
Надеть одноразовые перчатки.

Peha-soft® nitrile fino / Пеха-софт нитрил фино



После проведения процедуры место укола прижать стерильным тампоном.

Pur-Zellin® sterile / Пур-Целлин тампоны в рулоне стерильные



Наклеить пластырь на место прокола.

DermaPlast® sensitive injection / ДермаПласт постинъекционный пластырь

Снять перчатки и обработать руки антисептиком.

Sterillium® / Стериллиум®

Реклама. Дата выпуска материала - ноябрь 2017 г.

Бесплатная горячая линия по РФ
8 800 505 12 12
www.paulhartmann.ru

HARTMANN
20 ЛЕТ
В РОССИИ

Информация предназначена для специалистов здравоохранения.