

**РОССЕЛЬХОЗНАДЗОР
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВСЕРОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЦЕНТР КАЧЕСТВА И СТАНДАРТИЗАЦИИ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ЖИВОТНЫХ И КОРМОВ»
ФГБУ «ВГНКИ»**

**ЦЕНТР ВСЕМИРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ЖИВОТНЫХ ПО БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВОЙ
ПРОДУКЦИИ, ДИАГНОСТИКЕ И БОРЬБЕ С БОЛЕЗНЯМИ ЖИВОТНЫХ ДЛЯ СТРАН ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ,
ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ И ЗАКАВКАЗЬЯ**

**ОТДЕЛ «КЛИНИКО-ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР»
ОТЧЕТ ЗА ЯНВАРЬ – СЕНТЯБРЬ 2018 года.**



- Отдел «Клинико-диагностический центр» является первой ступенью по приему и регистрации биологического материала поступающего от лабораторных, сельскохозяйственных, домашних и экзотических животных и птиц с целью проведения исследований по выявлению и идентификации возбудителей инфекционных болезней, паразитарных заболеваний животных, а также генетических исследований.
- В 2018 году отдел успешно подтвердил ежегодную международную аккредитацию по определению антирабических антител в сыворотке крови животных для контроля эффективности вакцинации против бешенства в соответствии с международными требованиями, установленными в регламенте ЕС № 998/2003.
- Отдел клинико-диагностический центр единственный в России и странах СНГ имеет постоянную аккредитацию на определение титра антител к бешенству: в Тайвань, ЮАР (с 2006 года) и в Японию (с 2007 года).
- За годы успешной работы центр приобрел множество постоянных клиентов и сотрудничает со многими ветеринарными клиниками. Так же ФГБУ «ВГНКИ» представляет широкий спектр диагностических услуг таким организациям, как "Цирк Никулина на Цветном бульваре", "Цирк на Вернадского", "Театр Иллюзии", "Росгосцирк", "Московский Зоопарк", питомник лабораторных животных ФИБХ РАН, НИИ Митотехнологии МГУ, Международный биотехнологический центр «Генериум» ЦДИ МБЦ и т.д. Кроме того, нашими услугами, на постоянной основе, пользуется множество заводчиков кошек и собак, а также частных зоопарков.
- Все исследования проводятся на диагностическом оборудовании последнего поколения, что позволяет обеспечивать не просто высокое качество лабораторной диагностики, а качество на уровне современных мировых стандартов.

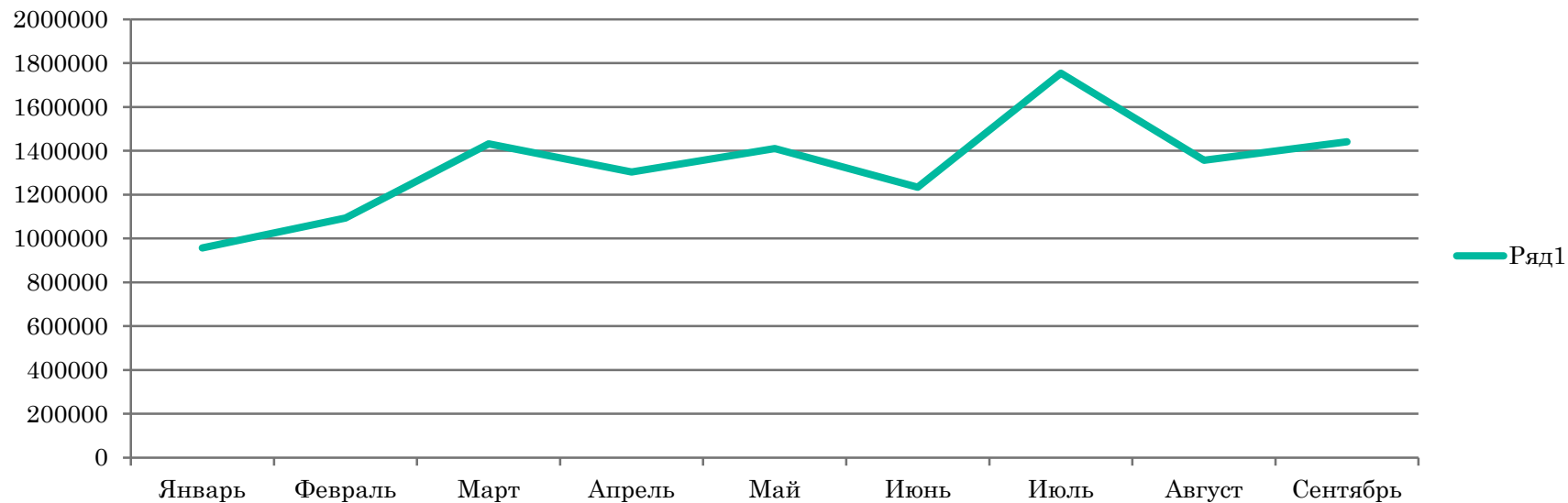


РАБОТА ОТДЕЛА

- Наши сотрудники выполняют забор биологического материала (крови, соскобов, биологических жидкостей и др.) от животных.
- Оказывают услуги по профилактической иммунизации домашних животных.
- Осуществляют прием, регистрацию и маркировку образцов клинического и патологического материала от животных.
- Распределяют пробы на исследования в другие отделы отделения Биотехнологии.
- Ведут регистрационные журналы и компьютерные базы данных по поступившим на исследования образцам клинического и патологического материала от животных.
- Консультируют по телефону об оказываемых услугах, правилах забора биологического материала, стоимости и сроках проведения исследований.
- Производят выдачу результатов, в том числе по электронной почте.
- Проводят клинические и биохимические исследования биологического материала.
- Проводят исследования на определение поствакцинальных антирабических антител методом FAVN
- Проводят экспресс-диагностику инфекционных болезней животных.
- Оказывают услуги по чипированию животных.
- Организована вызывная служба для забора биологического материала от физических и юридических лиц.
- Сектором патанатомии и морфологии, входящим в состав отдела, осуществляется патологоанатомическое исследование павших животных.



ДОХОДЫ ОТДЕЛА ЗА ЯНВАРЬ – СЕНТЯБРЬ 2018 ГОДА



Доход за январь – сентябрь 2018 года: 12 396 927,31 рублей



ОТЧЕТ О ПРОДЕЛАННОЙ РАБОТЕ ЗА 2018 ГОД.

- Переоборудование помещения отдела «Клинико-диагностический центр», расположенного по адресу Звенигородского шоссе, д. 5, в патологоанатомическую лабораторию.
- Создан сектор патанатомии и морфологии в составе отдела «Клинико-диагностический центр»
- Составлены технологические карты, разработаны протоколы приема материала. Проведен расчёт, согласованы калькуляции и введена новая услуга в прейскурант Учреждения – патологоанатомическое вскрытие.
- Составлены технологические карты, согласованы калькуляции по индивидуальной кремации с предоставлением владельцу праха с урной.
- Введены исследования в срочном режиме СИТО.
- Заключен договор о сотрудничестве в ветеринарной лабораторией Vet Union (группа компаний Инвитро) с целью расширения спектра оказываемых услуг. В прейскурант Учреждения внесены новые виды исследований.
- Оптимизирована работа по проведению клинических и биохимических исследований путем перемещения лабораторного оборудования в новое помещение отдела «Клинико-диагностический центр», расположенного по адресу: 2-й Хорошевский проезд, д.5



ПЛАН НА 2019 ГОД

Создание ветеринарной клиники на базе арендуемого помещения.

Терапия

Прием врача возможен в одном из кабинетов забора материала, с возможностью изменения кабинета приема в зависимости от инфекционных патологий.

Хирургия

Под хирургию возможно перепланировать дальнюю комнату. Необходимо отделить предоперационный бокс для подготовки рук хирургов и инструментария. Мойка, сухожар, шкаф медицинский.

Оснащение:

- лампа бестеневая
- лампа УФ
- стол хирургический
- столик инструментальный
- подставка под биксы
- электрокоагулятор
- кислородный концентратор

Помещение под инфузионную терапию (капельницы)

- столы для пациентов
- шприцевые дозаторы 2-3 штуки
- штативы для капельниц
- стулья для владельцев

Кабинет визуальной диагностики

- УЗИ аппарат
- стол для УЗИ
- Электрокардиограф (ЭКГ)



ДОПОЛНИТЕЛЬНО:

- Ультразвуковой скалер для чистки зубов
- Сейф для хранения препаратов
- Хирургический инструментарий
- Препараты
- Хирургическая одежда
- Стиральная машина
- Гладильные принадлежности
- Ширмы
- Видеонаблюдение и видеофиксация
- Электрогрелки для животных



ПРОБЛЕМЫ

1.ОТСУТСТВИЕ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ.

2. НЕОБХОДИМО НАЛИЧИЕ ПРОФИЛЬНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В УчРЕЖДЕНИИ ИЛИ ДОГОВОР СО СТОРОННЕЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ.

Предлагаемые мероприятия по продвижению услуг и увеличению клиентской базы отдела «Клинико-диагностический центр» ФГБУ «ВГНКИ»

1. Регулярный конкурентный анализ и исследование рынка – сбор и актуализация информации о трендах и тенденциях развития рынка, предложениях конкурентов. Это позволит предлагать клиентам актуальные услуги по релевантной стоимости, а также своевременно вводить новые услуги.
2. Сезонные спецпредложения – услуги на выгодных условиях, предлагаемые в зависимости от текущей зооэпидемиологической обстановки. Каждое предложение реализуется в ограниченный период времени. Это позволит продавать услуги большему числу клиентов и, несмотря на сниженную стоимость, финансово выигрывать за счет большего объема продаж.
3. SEO-оптимизация сайта (вывод в топ поисковых запросов). Выводит сайт в топ поисковых запросов. Расположение на первой странице приоритетно для любой организации, среди конкурентов в ветеринарной сфере подобным образом продвигаются лишь некоторые организации, что при должной работе позволит КДЦ стать лидером в этом направлении.
4. Реклама в поисковых системах Яндекс и Google. Позволит при наборе в поисковой строке запросов, касающихся деятельности КДЦ, видеть пользователям сайт в числе прочих предложений на первой странице (далее первой страницы обычно переходит лишь небольшое число пользователей, потому что расположение на первых строках является приоритетным).
5. SMM – реклама в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram. Наиболее эффективный инструмент продаж в настоящее время, за счет обилия сообществ владельцев животных в рамках социальных сетей позволяет сделать рекламу максимально персонализированной и гарантированно достичь целевой аудитории.
6. Увеличение упоминаний в Интернете, тематических сайтах, форумах и блогах. При поисковых запросах, касающихся деятельности ветеринарных лабораторий позволит уже заинтересованным пользователям видеть упоминания о КДЦ, привлекая тем самым новых клиентов или напоминая текущим о необходимости визита.
7. Управление репутацией в Интернет. В настоящее время КДЦ имеет в основном положительные, либо нейтральные отзывы на тематических форумах и сайтах, однако для поддержания положительной репутации необходим регулярный мониторинг тематических площадок, ответы на комментарии пользователей. Кроме того, подобная практика является эффективным инструментом для получения обратной связи от аудитории и позволяет своевременно корректировать дальнейшую работу с учетом пожеланий целевой аудитории (далее ЦА)
8. Формирование положительного имиджа бренда «Клинико-диагностический центр ФГБУ «ВГНКИ» в Интернет-среде, т.к. анализ поисковых запросов показал, что название малоизвестно и не используется пользователями и Центр знают исключительно как ЦМД ВГНКИ. Данная работа ведется через мониторинг интернет-площадок, ответы на комментарии пользователей, размещение новой актуальной информации, а также через рекламу.

9. Сбор и обработка обратной связи. Размещение на стойке ресепшн анкет обратной связи. Позволит корректировать дальнейшую работу с учетом пожеланий и замечаний посетителей КДЦ. Кроме того, это позволит максимально точно составить портрет ЦА, корректировать ее деление на сегменты и оптимизировать откручивание рекламных объявлений, делать ежемесячную промо-рассылку об акциях, бонусах и скидках текущего месяца, обеспечивая дополнительное стимулирование продаж услуг КДЦ.

Предложения для разных сегментов целевой аудитории в зависимости от их особенностей и особых потребностей:

Владельцы домашних животных:

10. Продвижение пакетов услуг (вакцинация, анализы). Приобретая несколько услуг совмещенным пакетом, клиент получает более выгодную стоимость на услуги, организация финансово выигрывает за счет объема реализованных услуг.

11. Пакеты для владельцев молодых и пожилых животных. В настоящий момент на рынке нет спецпредложений для данных сегментов ЦА. Что позволит КДЦ стать лидером на этих направлениях. Продвижение программы осуществляется через целевые рассылки ЦА с описанием деталей программы, рекламную кампанию в холле КДЦ с использованием рекламных листовок, плакатов и т.д., а также презентация программы на сайте КДЦ.

12. Бонусная система для владельцев 2х и более животных. Данный сегмент ЦА не выделяется ни одним из конкурентов, позволяя сделать УТП именно для той категории клиентов.

Заводчики:

13. Пакеты анализов или услуг (вакцинация, чипирование и тд) по более выгодной стоимости в случае единовременного приобретения сразу для всего помета) – выгодно за счет единовременной продажи большего объема услуг.

14. Проведение бесплатных обучающих семинаров и мастер-классов на базе КДЦ (возможно в партнерстве с другими компаниями и организациями) – лекции о заболеваниях и борьбе с ними, презентация новых актуальных услуг и разработок – позволит привлечь ЦА в КДЦ и познакомить с перечнем услуг и возможностей.

Приюты:

15. Государственные приюты работают на тендерной основе, что препятствует возможности сотрудничества с КДЦ ввиду ценовой политики последнего. Сотрудничество с частными приютами также осложняется ценовой политикой (например, компания Шанс Био предлагает своим клиентам Карту программы поддержки питомников, предусматривающей скидку 10% на лечебные мероприятия и 15% на лабораторные анализы).

Продвижение КДЦ для этого сегмента возможно при внедрении бонусной системы для приютов, в идеале предусматривающей комплексное обслуживание в КДЦ (позволяет питомнику экономить при заключении договора на комплексное обслуживание, при этом обеспечивает КДЦ большой объем работ).



Клиники и врачи частной практики:

16. В настоящий момент работа с данным сегментом ЦА невозможна ввиду ценовой политики (например, конкуренты предлагают скидки до 50% на услуги для этих категорий ЦА, а также дополнительные бонусы при работе (персональный менеджер, услуги курьера и тд), но выигрывают финансово за счет большого объема продаж услуг).

Описанные мероприятия, а также необходимость снижения стоимости услуг прописывается в документе Маркетинговая политика организации, что позволяет обосновать необходимость проводимых акций и спецпредложений, а также обосновать снижение цен на услуги для стимулирования потребительского спроса и последующего увеличения дохода организации.

