

**Олег Юдін**

# **ВЛАСНИЙ МЕДИЧНИЙ БІЗНЕС 2.1**

**Будуємо крок за кроком**

Київ

ТОВ «ПАБЛІШ ПРО»

2024

Купити книгу на сайті [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

УДК 614.25:005

Ю16

Юдін Олег

Ю16 Власний медичний бізнес 2.1: будуємо крок за кроком.

Вид. 3-тє, переробл. К.: ТОВ «ПАБЛІШ ПРО», 2024. 396 с.

**ISBN 978-617-7765-42-3**

Із часу виходу книжки «Власний медичний бізнес 2.0» у правовому регулюванні сталися певні зміни стосовно ліцензування та правил надання телемедичної допомоги, які треба було обов'язково відобразити. Крім того, читачі так добре сприйняли книжку, що дуже швидко розкупили.

Зараз ви тримаєте в руках оновлену її версію, у якій ураховано всі поточні зміни, — «Власний медичний бізнес 2.1».

Як і в попередній книжці, у новій ви знайдете покрокові практичні поради, як будувати медичний бізнес. У ній розглянуто всі основні питання, з якими стикається кожен підприємець, будуючи й розвиваючи власну справу.

Книжка ґрунтується на великому практичному матеріалі, містить багато реальних прикладів, які допоможуть кожному читачеві швидко розібратися в темі, що цікавить його, та ухвалити правильне рішення.

© Юдін Олег, 2024

ISBN 978-617-7765-42-3

© ТОВ «ПАБЛІШ ПРО», 2024

Купити книгу на сайті [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

# ЗМІСТ

Передмова. «Моє найбільше досягнення» .....	8
Мій шлях у бізнес .....	9
КРОК 1. Мотивація: потрібно, але недосить.....	12
Мрія та мотивація .....	12
Професіоналізм і мотивація.....	13
КРОК 2. Хто я на ринку .....	17
Не професія, а цінність .....	17
Чому ви .....	18
Без зайвих слів .....	20
КРОК 3. Хто мої конкуренти .....	23
А все-таки вони існують! .....	23
Базові параметри аналізу.....	24
Конкуренція за гаманець пацієнта .....	25
Не роби як він.....	27
КРОК 4. Чим я відрізняюся від моїх конкурентів.....	28
Самоперевірка .....	28
УТП .....	30
Псевдо-УТП.....	31
КРОК 5. Складаємо власний бізнес-план .....	33
Основні розділи розрахунку .....	33
Розрахунок стартових витрат.....	34
Розрахунок поточних витрат .....	40
Розрахунок доходів .....	42
Розрахунок точки беззбитковості.....	47
Аналіз ризиків .....	48

КРОК 6. Стратегія розвитку вашого бізнесу .....	51
Що таке стратегія.....	51
Навіщо стратегія ФОПу.....	52
Стратегія в турбулентному світі.....	53
Формалізація цілей .....	54
Реальність і мрія.....	55
КРОК 7. Як не помилитись, обираючи приміщення.....	57
Маркетинг медичних послуг через приміщення.....	57
Аудит приміщення .....	59
Підвал недорого! .....	63
КРОК 8. Як, коли та в якій формі найкраще реєструвати бізнес .....	70
Товариство з обмеженою відповідальністю.....	72
Фізична особа — підприємець .....	77
То що ж таке ПП?.....	80
Загальний алгоритм створення ТОВ.....	82
Загальний алгоритм створення ФОП .....	83
Касові апарати .....	84
КРОК 9. Залучаємо партнерів правильно.....	87
КРОК 10. Аналіз договору оренди приміщення .....	100
КРОК 11. Укладаємо договір постачання медичного обладнання .....	148
Вартість експлуатації.....	148
Умови постачання .....	152
КРОК 12. Як самому отримати ліцензію .....	168
Спеціальність і спеціаліст .....	169
Допомога раз, допомога два.....	170
Про методи медичної допомоги .....	172
«Як ви яхту назвете...».....	174
Місце провадження медичної практики.....	178
Лікарські засоби.....	179
СЕС померла .....	180

Битва за квадратні метри.....	181
Вимірюємо правильно.....	187
Майбутні працівники.....	188
Завершальні кроки.....	191
<b>КРОК 13. Оформлення персоналу без помилок.....</b>	<b>222</b>
ФОП і колективний договір .....	225
Особи з інвалідністю та штрафи.....	226
Чи можна залучати лікарів для надання разових послуг без оформлення трудових угод .....	228
Лікар за цивільно-правовим договором.....	230
Комерційна таємниця .....	232
Авторські права працівників .....	234
<b>КРОК 14. Складаємо договір про надання медичних послуг .....</b>	<b>246</b>
Один на всіх чи кожному свій? .....	247
Що писати в договорі.....	247
<b>КРОК 15. Правила внутрішнього розпорядку .....</b>	<b>257</b>
<b>КРОК 16. Інтелектуальна власність у медичній практиці.....</b>	<b>262</b>
Знання = безпека .....	263
Медицина та авторське право .....	266
Обережно — шахраї!.....	267
Час минув .....	268
Штучний інтелект та авторські права .....	277
<b>КРОК 17. Втілюємо якість медичних послуг .....</b>	<b>280</b>
Що таке якість.....	280
Хто та як оцінює якість.....	282
Варіанти оцінок якості .....	283
Формуємо очікування самі .....	284
<b>КРОК 18. Медичні послуги онлайн.....</b>	<b>288</b>
Ліцензія та телемедицина.....	292
Facebook-консультант .....	292

КРОК 19. Маркетинг медичних послуг .....	294
Google .....	295
Facebook, Instagram.....	296
YouTube .....	298
Ваш сайт.....	299
Рекламна вивіска та навігаційні таблички .....	299
Мимохід.....	302
Фірмові матеріали .....	302
Візитка ваша й ваших працівників.....	304
Рекомендації колег / пацієнтів .....	306
Публічні виступи .....	309
Реклама медичного бізнесу: як гроші заробити й закон не порушити? .....	310
КРОК 20. Як не схибити із франшизою .....	320
Я купую франшизу.....	320
Я продаю франшизу.....	328
КРОК 21. Переговори .....	332
Альтернативна пропозиція .....	333
Переговорна позиція.....	334
Торг .....	336
Переговори з невдоволеними пацієнтами .....	337
КРОК 22. Перевіряльники та перевірки .....	340
Чому до перевірок слід готуватися завчасно.....	340
Які норми законодавства мають бути напохваті, щоб вас не захопили зненацька? Формуємо теку швидкого реагування.....	341
Чи завжди відвідувачі зобов'язані попереджати про свій візит.....	342
Строки перевірок .....	346
Як правильно зустрічати гостей, щоби потім не було надто прикро.....	348
На що слід звертати увагу під час перевірки.....	350

Як самому фіксувати порушення з боку перевіряльників, щоб це було доказом у суді.....	353
Чи є сенс відмовлятися підписувати акт перевірки.....	354
Як боротися із фальсифікаціями з боку перевіряльників.....	355
Рольові ігри і штатний розпис на випадок перевірок .....	357
<b>КРОК 23. Скарги пацієнтів і клініко-експертна комісія .....</b>	<b>358</b>
Як захищатися .....	364
<b>КРОК 24. Захист честі, гідності та ділової репутації .....</b>	<b>373</b>
Швидке самостійне оцінювання шкоди.....	373
Лікар критикує лікаря .....	377
Публічна критика медичних препаратів .....	382
<b>КРОК 25. Відповідальність перед пацієнтом.....</b>	<b>389</b>
Додаток 1. Договір купівлі-продажу обладнання, що перебувало в експлуатації.....	163
Додаток 2. Відомості про стан матеріально-технічної бази, наявність персоналу із зазначенням його освітнього і кваліфікаційного рівня .....	193
Додаток 3. Номенклатура лікарських спеціальностей.....	207
Додаток 4. Номенклатура спеціальностей молодших спеціалістів з медичною освітою .....	210
Додаток 5. Номенклатура спеціальностей професіоналів у галузі охорони здоров'я у закладах охорони здоров'я.....	211
Додаток 6. Перелік закладів охорони здоров'я .....	211
Додаток 7. Свідоцтво про повірку законодавчо регульованого засобу вимірювальної техніки .....	217
Додаток 8. Заява про отримання ліцензії на провадження господарської діяльності з медичної практики .....	219
Додаток 9. Опис документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії на провадження господарської діяльності з медичної практики.....	220
Додаток 10. Трудовий договір .....	236

## ПЕРЕДМОВА

### «МОЄ НАЙБІЛЬШЕ ДОСЯГНЕННЯ»

Про це мав розповісти кожен учасник Азовської школи 2024 року першого дня під час короткої самопрезентації. Я брав там участь як тренер, і мені було дуже цікаво слухати їхні відповіді.

Я звернув увагу, що досить чимало учасників назвало особистим поточним досягненням звільнення з КНП й перехід на інший рівень праці — власний медичний бізнес!

Вважаю, це дійсно досягнення! Бо є дуже багато тих, хто так і не наважився зробити свій перший крок від мрії до втілення плану її досягнення.

Мене це надихнуло, і я під час свого виступу трішки змістив акценти й надав певні практичні поради присутнім, щоб їхні справи йшли добре.

Багато хто вдячно записував те, що я радив робити. І це чудово! Бо одна річ — блиск очей на початку, і зовсім інша — побудова реально робочого дохідного бізнесу. Тут уже тільки мрій буде замало. Треба здобувати ще й знання в інших галузях, окрім медицини.

Тому, щоб ваше найбільше досягнення не стало вашим найбільшим розчаруванням, читайте уважно цю книжку!

А я щиро бажаю вам дохідного бізнесу!

**Олег Юдін**



## МІЙ ШЛЯХ У БІЗНЕС

Кожен, хто вже займається бізнесом або тільки планує зробити перші кроки, має свій унікальний шлях.

Мій почався ще в далекому радянському дитинстві. Я був дуже підприємливою дитиною з порожніми кишнями (батьки грошима на морозиво й кіно не дуже тишили). Свою першу угоду я уклав у класі шостому. Я продав однокласникові запрошувальний квиток на новорічну ялинку, де в обмін на цей квиток він міг отримати пакетик цукерок.

Угода була вигідною для обох сторін. Я все одно не зміг би реалізувати право на цукерки, бо від'їжджав із групою в туристичний похід і квиток пропадав (але моя одеська підприємницька жилка не могла допустити такої втрати). А мій покупець за 15 копійок отримував пакет додаткових солодоців.

Але якийсь заздрісник мене здав. І як несподіваний бонус до угоди, я, стоячи в піонерській краватці перед усім класом, вислуховував від класного керівника довгу лекцію про те, як же погано я вчинив. Чесно кажучи, не пам'ятаю, щоб мені було соромно і щоб я зрозумів, у чому, власне, полягає моє «погано вчинив». Але гроші довелося повернути. Утім, і додаткових цукерок покупця теж позбавили.

Наступний мій бізнес-проект уже мав характер систематичної діяльності й обійшовся без фінансових втрат.

Це було в сьомому класі. Тоді всі божеволіли від популярного кубика Рубіка. Головоломка була вже в багатьох, та от як її зібрати, знали тільки обрані!

Я належав до обраних. У мене був журнал «Наука і життя», який опублікував схему складання. І я за допомогою копівки, олівця й лінійки (ксероксів тоді в нас не було) руками тиражував цю схему та продавав копії у школі. Не можу сказати, що я заробив величезні гроші, але мене захоплював сам процес.

Перший по-справжньому легальний бізнес, із реєстрацією, кредитом і податками, я з друзями організував у 1992 році. Це був продаж товарів для фанатів рок-музики.

Як показало життя, бізнес-компетенції ми з партнерами не мали. Тому з перших місяців нашої роботи я не злазив зі знайомого головного бухгалтера, намагаючись звести дебет і кредит нашого бізнесу. Врешті-решт я зрозумів, що мені бракує системних знань, і я пішов здобувати паралельно освіту бухгалтера. І я її здобув.

Відтоді я не припиняю вдосконалювати свої знання в різних галузях бізнесу. Тому що точно знаю: бути хорошим фахівцем (чи адвокатом, чи лікарем) і бути хорошим бізнесменом — це цілковито різні компетенції.

І те, що ви, дорогий мій читачу, тримаєте в руках цю книжку, свідчить про те, що ви теж поділяєте цю думку.

Ця книжка саме про бізнес. За останні кілька років медична практика багатьох лікарів набула форми бізнесу. Тому я прийняв, на мій погляд, правильне рішення не друкувати більше книжку «Приватна медична практика», яка стала бестселером, а написати нову.

Й от ви тримаєте в руках мою нову книжку. Упевнений, вона буде корисною як тим, хто тільки планує побудувати свій медичний бізнес, так і тим, хто в ньому вже багато років.

Як і всі мої попередні книжки, ця так само написана суто для лікарів простою, доступною мовою. Завдяки цьому книжку ви прочитаєте дуже швидко.

Купити книгу на сайті [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

Проте ця умисна спрощеність не свідчить про простоту предмета обговорення. Насправді в книжці я описав дуже серйозні питання медичного бізнесу, з якими ви зіткнетеся або вже стикалися. Думаю, ця книжка, як і дві мої попередні, стане для вас настільною. А все тому, що в ній немає води, а є тільки вибірка з практики супроводження багатьох медичних бізнесів. Бери й роби!

## КРОК 1

# МОТИВАЦІЯ: ПОТРІБНО, АЛЕ НЕДОСИТЬ

Те, що ви тримаєте в руках цю книжку, уже говорить про те, що мотивація у вас є! Та тільки мотивація від мотивації різниться. Ми часто плутаємо емоційний спалах, хвилинний порив із тією мотивацією, яка підтримує впевненість і оптимізм бізнесмена на довгому шляху.

### Мрія та мотивація

Справжня мотивація не згасне у вас за першої ж невдачі. Справжня мотивація не зникне, навіть якщо підсумковий розрахунок вашого бізнес-плану покаже, що вам точно бракує грошей для старту. Справжня мотивація надихатиме вас роками, поки ви працюєте за копійки як найманий працівник. Справжня мотивація змушуватиме вас шукати та здобувати нові знання, потрібні для реалізації вашого проєкту. Справжня мотивація не дозволить вам виправдовувати апатію та бездіяльність. Справжня мотивація підніме вас із колін навіть тоді, коли ви втратите всі гроші (у бізнесі, на жаль, і таке буває).

Саме це я називаю мотивацією. Усе інше — мрії, фантазії, ілюзії... Будь-що, але не мотивація справжнього бізнесмена.

Багатьом людям здається, що вони мають мотивацію. Що достатньо за кухлем пива чи келихом вина іноді говорити про свою мрію з друзями, й одного дня все станеться саме собою. На жаль, життєвий досвід

Купити книгу на сайті [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

свідчить про те, що самі собою можуть прийти лише старість, смуток і листоноша з пенсією.

А якщо ви дійсно хочете досягти своєї бізнес-мети, то ви повинні не просто «іноді про неї мріяти». Ви повинні регулярно робити необхідні дії, які наближають вас до вашої мрії. Мрія — це ваша мета. І щоб досягти її, вам знадобиться набір інструментів, навичок, або, як зараз модно говорити, скілів — *hard skills* і *soft skills*.

## Професіоналізм і мотивація

Ніяка мотивація не замінить вам професіоналізму! Запам'ятайте це. Мотивація лиш дає заряд енергії, щоб ви пройшли весь шлях до кінця. Щоб, зіштовхнувшись із браком знань або грошей, ви не опускали рук і не кидали проєкту, а докладали необхідних і правильних зусиль.

Якщо ваша мета — власний бізнес, то ви не нарікатимете на життя та непереборні труднощі, одразу виправдовуючи свою безініціативність і нездатність запропонувати ринку унікальний продукт. Ви працюватимете необхідні навички, переглядатимете гори бізнес-літератури, аналізуватимете успіхи та провали учасників ринку. І на певному моменті розвитку зрозумієте, що готові йти у вільне плавання. Готові почати свій бізнес! І все це зробила ваша правильна мотивація.

Я, наприклад, 10 років працював як партнер, поки не відчув сили самостійно вести клієнтів без ризику публічно, катастрофічно провалитися перед ними. І всі ці роки я не просто сидів і мріяв, що ось настане день і все саме собою станеться, і в мене раптом виникне власний бізнес.

Ні й ще раз ні. Усі ці роки я розвивав свої навички, і не лише в юриспруденції. «Хороший фахівець» — це не синонім до «хороший бізнесмен». Тут потрібні зовсім різні компетенції. І ці компетенції треба

Купити книгу на сайті [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

розвивати. І я розвивав. Моя бібліотека бізнес-літератури за кількістю томів порівнянна з юридичною. Тому перехід до власного бізнесу був цілком логічним і безболісним продовженням моєї кар'єри.

Тож запал в очах — це прекрасно, але цього, на жаль, геть недосить, щоби почати власну справу. Ваше натхнення закінчиться разом з вашими грошима. А вже вони, повірте, закінчатся дуже й дуже швидко, якщо ви заздалегідь не порахували бюджет свого проєкту й неправильно оцінили свої можливості й можливості ринку.

Хоч би яка чудова ваша ідея, хай якою перспективною вона вам здається, хай як кортить запустити проєкт уже через місяць — не поспішайте! Емоції — поганий поводитир у світі бізнесу. Хороший ваш проєкт чи ні, покаже тільки розрахунок, а потім — практика застосування. Немає розрахунку й аналізу — немає бізнесу!

Приблизно за пів року до початку війни до мене в офіс прийшов лікар і запропонував узяти участь у його бізнес-проєкті. Одразу ж мені запропонували частку прибутку в розмірі 50%. Шикарна пропозиція! Але я лиш усміхнувся у відповідь... З математикою в мене все добре, і я точно знаю, що 50% від нуля — це нуль.

За наступні 40 хвилин я накидав бізнесмену-початківцю низку основних питань, які він упустив, а отже, не з'ясував і без вирішення яких неможливо рухатися далі.

Погляд лікаря згас. І це мене, чесно кажучи, засмутило. Його ідея мені здалася перспективною. Сирою. Але перспективною! Її можна було допрацювати й розкрутити, вклавши сили та гроші. Але без мотивації, справжньої мотивації бізнесмена, тут робити було нічого. А мотивації я не побачив, як, утім, більше не побачив і цього лікаря.

Так от, якщо ви думаєте, що тільки запал і непогана ідея самі собою вже чогось варті, то я вимушений вас розчарувати: вам до цього знадобляться ще навички та знання, про які ми поговоримо далі.

А однією з основних навичок бізнесмена, якою вам доведеться оволодіти, — це навичка все й завжди рахувати і ставити під сумнів. Поки ви не зробили хоч би первинних розрахунків своєї бізнес-моделі, не проаналізували ризики, усе, що ви маєте, — тільки ваші фантазії. Ви не зможете відповісти мені на жодне запитання! Вам немає із чим іти на переговори. У вас немає креслень, за якими плануєте побудувати ваш бізнес.

Якщо ж ви проігноруєте мої поради із цієї книжки й натхненні поривом побіжите реєструвати бізнес, то ви неминуче поповните лави бізнесменів, які пишуть мені ось такі листи:

*«Добрий день! Прочитав у книжці цікаву мені інформацію, також оплатив семінар і все-таки залишилося декілька питань, які спробую викласти нижче.*

*Ми з моєю дружиною лікарі. Косметологією займаємося вже понад два роки. Кілька міс. тому орендували приміщення близько 35 кв. м. із фасадним виходом у новому ЖК. Вирішили оформити все, на цьому етапі більш-менш пристойно. Я відкрив основну ФОП із КВЕД 96.02 і відразу до нього декілька додаткових КВЕДів на майбутнє: 96.04, 86.21, 86.22. Мій товариш, який порадив вас, сказав, що це ні до чого не зобов'язує, доки не видаєш чеки за цими послугами. Зробив еквайринг, повинні привезти днями термінал.*

*Хазяйка приміщення зробила перепланування — розділила приміщення на два. У нас окремий вихід. Усередині є двері, які завжди зачинені (які сполучають два приміщення), тому, я так розумію, можуть бути проблеми з актом СЕС на дерматологію для ліцензії МОЗ. Наскільки я зрозумів з вашої книжки, якщо я не лікую там від хвороб, вона не обов'язкова. Але величезна кількість конкурентів навколо змушує мене замислитися, щоб зробити її, бо вся реклама*

*здебільшого йде через інстаграм, де зазвичай усі і вказують про ліцензію МОЗ.*

*Позаяк найпростіша ліцензія без акта СЕС — це сімейна медицина, я вирішив попросити свою подругу — сімейну лікарку — оформити ліцензію на неї для початку (цього ще не зроблено). І вже після цього робити вивіску тощо. Бачу, що всі довкола, хто займається відкрито косметологією, ліцензії мають. А щоб мені стати (за новою системою) дерматологом-хірургом, треба близько 3 років.*

*Відповідно, запитання:*

*Як правильно оформити весь цей бізнес?*

*Які бувають наслідки?*

*Як уникнути атаки конкурентів або ж юридичних наслідків від клієнтів (я так розумію, через різні форми “договорів”)?*

*Яка можлива (і чи об’єктивно реальна) юридична відповідальність за роботу філерами та/або токсинами, що їх купують не в офіційних представників, тощо?*

*Які нюанси легальної роботи й тому подібне?*

*Як правильно називати послуги, на які видаватиму чек, що йтиме в податкову?*

*І взагалі, як усе зробити максимально коректно?».*

Отже, як тільки ви усвідомили, що до безсоння мучитеся ідеєю власної справи, то повинні всю свою енергію спрямувати в раціональніше русло.

Ви повинні скласти бізнес-план.



## КРОК 2

### ХТО Я НА РИНКУ

Бізнес-план, який ми з вами вчитимемося складати, почнемо не з математики, а з позиціонування. Тому що економіку підправити, з певними навичками, можна, а от виправити фундаментальні помилки, закладені в основу бізнесу, на жаль, набагато складніше.

Отож перше питання позиціонування, на яке треба відповісти, звучить так: хто ви на ринку?

### Не професія, а цінність

Стоматолог, педіатр, гінеколог, косметолог... Серйозно? Ви дійсно думаєте, світу бракує саме цього?

Ні, друзі мої. Це відповіді очевидні, але цілком помилкові. Ще Володимир Висоцький співав:

Мишка — врач, он вдруг затих:

В Израїле бездна их.

Ведь гинекологов одних,

Как собак нерезаных.

И нет зубным врачам пути:

Слишком много просится.

А где на всех зубов найти?

Значит — безработица!

Під питанням «хто я на ринку?» криється дискусія про цінності, які ви даєте цьому ринку, тобто кожному конкретному пацієнтові. Якщо ви не розумієте ваших цінностей, то не варто поки що починати бізнес. Думайте далі.

## Чому ви

Ваші цінності визначають відповідь на запитання, **чому ви**. Чому пацієнт повинен серед сотень ваших конкурентів віддати перевагу і гроші саме вам?

І ця відповідь має задовольняти ваших пацієнтів. Вона має дати їм змогу виділяти вас із сотень і тисяч інших лікарів. Вона має зробити вас Еверестом серед гір, оазисом у пустелі, спалахом феєрверку вночі, Арестовичем на каналі Фейгіна в березні 2022 року.

Тільки, заради бога, не треба банальщини! Ваші формальні досягнення, тобто те, що урядовою мовою називають «регалії»<sup>1</sup>, нікого з клієнтів не вразить. Тому відкидаємо безжально — хоч як прикро через згаяний час, хай як гордитесь цим (вірю, що не без підстав) — такі рудименти:

- **«Стаж у професії мільйон років»:** пацієнт же не літописи збирає — йому не потрібен найстаріший житель поселення, який пам'ятає, як за царя Томка велика вода забрала сіру корову... Пацієнт шукає фахівця, який має знання, важливі саме сьогодні. Фахівця, який має найсвіжіші й сучасні знання та навички! Досвід, безумовно, важливий. Але досвід, помножений на сучасність! А не нафталін. Тож доводьте пацієнтам свою актуальність, а не свій прожитий вік.

---

<sup>1</sup> Ненавиджу це слово. Вважаю, від нього дуже пахне формаліном.

- **«Лікар... ого якої високої категорії»:** якщо чесно, то це приблизно так, якщо в оголошенні на <https://kabanchik.ua/> буде написано «сантехнік 6-го розряду». А що насправді шукає клієнт? Розряд чи вирішення своїх проблем? Отож-бо й воно! Не захищайте своє мовлення і слух пацієнта непотрібною йому інформацією. Ви або вмієте одразу й безболісно унітаз поставити, ой, пробачте, вивих вправити, або ні. І яка пацієнтові різниця, якої категорії лікар завдав йому болю або, навпаки, вилікував дитині зуб, та так, що вона й не помітила.
- **«Доктор / кандидат медичних наук»:** ну якщо продовжити тему про сантехніка, то це звучить приблизно так: «академік сантехнічних наук, професор кафедри каналізаційних трубопроводів і його молодший науковий співробітник недорого поміняють вам кран або унітаз»... Але це ще пів біди. Головна проблема в тому, що всі ці звання дуже давно в нашій країні дискредитовані, тобто жодного враження як конкурентної переваги не справлять, за винятком того випадку, коли носій цих звань дійсно прекрасний лікар. Але це винятки. У цьому випадку до носія наукового звання підуть не через те, що він «професор», а тому що він добре лікує і про це знає народний телеграф. І такі лікарі є. Але винятки не скасовують загального правила.

Перераховувати далі не бачу сенсу. Упевнений, суть ви зрозуміли.

Мої попередні зауваження стосуються побудови особистого позиціонування. Якщо ми будуємо позиціонування компанії, то принципи такі самі: говоримо про користь, яку компанія дає пацієнту, і не говоримо про те, які ми круті, яка в нас прекрасна команда однодумців, які в нас висококласні послуги, як ми цінуємо й бережемо... словом, не повторюємо все те інформаційне сміття, яким так багаті сайти безлічі компаній.

Щоб вам було повністю зрозуміло, про що йдеться, повернімося до сайту <https://kabanchik.ua/> і спробуймо вибрати все-таки сантехніка. Не хочете сантехніка, згадайте, як ви шукали своїй дитині вчителя гри на гітарі, репетитора з англійської, викладача для додаткових із математики — сотні безликих, сірих, нудних, нецікавих, майже однакових оголошень.

Але за кожним оголошенням напевно стоїть унікальна особа. Тільки в мене, як у споживача, немає часу вишукувати цю унікальність. Тому й фінансовий результат у більшості цих фрилансерів такий, що задрити особливо нічому.

І якщо ви не потурбуєтеся про те, щоб вирізнитися на ринку, то клієнти сприйматимуть вашу компанію так само, як тисячі безликих сантехніків і репетиторів.

## Без зайвих слів

Ваша відповідь на запитання «хто я?» має вміщатися в одній фразі! Максимум — у двох. У наше бурхливе століття пацієнт не має часу читати про вас і ваші чудові послуги книжку завтовшки як «Війна і мир». Більшості з нас потрібна чітка, точна, аргументована, стисла і зрозуміла відповідь.

Я, наприклад, своїм позиціонуванням обрав дві речі:

1. Я завжди розмовляю цілком простою мовою. Я не вживаю «важких» слів і специфічних термінів. Саме такою мовою написані всі мої книжки та всі мої статті. Саме такою мовою я проводжу всі свої семінари.

Який результат? Майже всі лікарі, які написали відгуки про мої попередні книжки, зауважили, що читати їх було дуже легко! На відміну від усієї іншої юридичної літератури на тему медичного права.

Купити книгу на сайті [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>