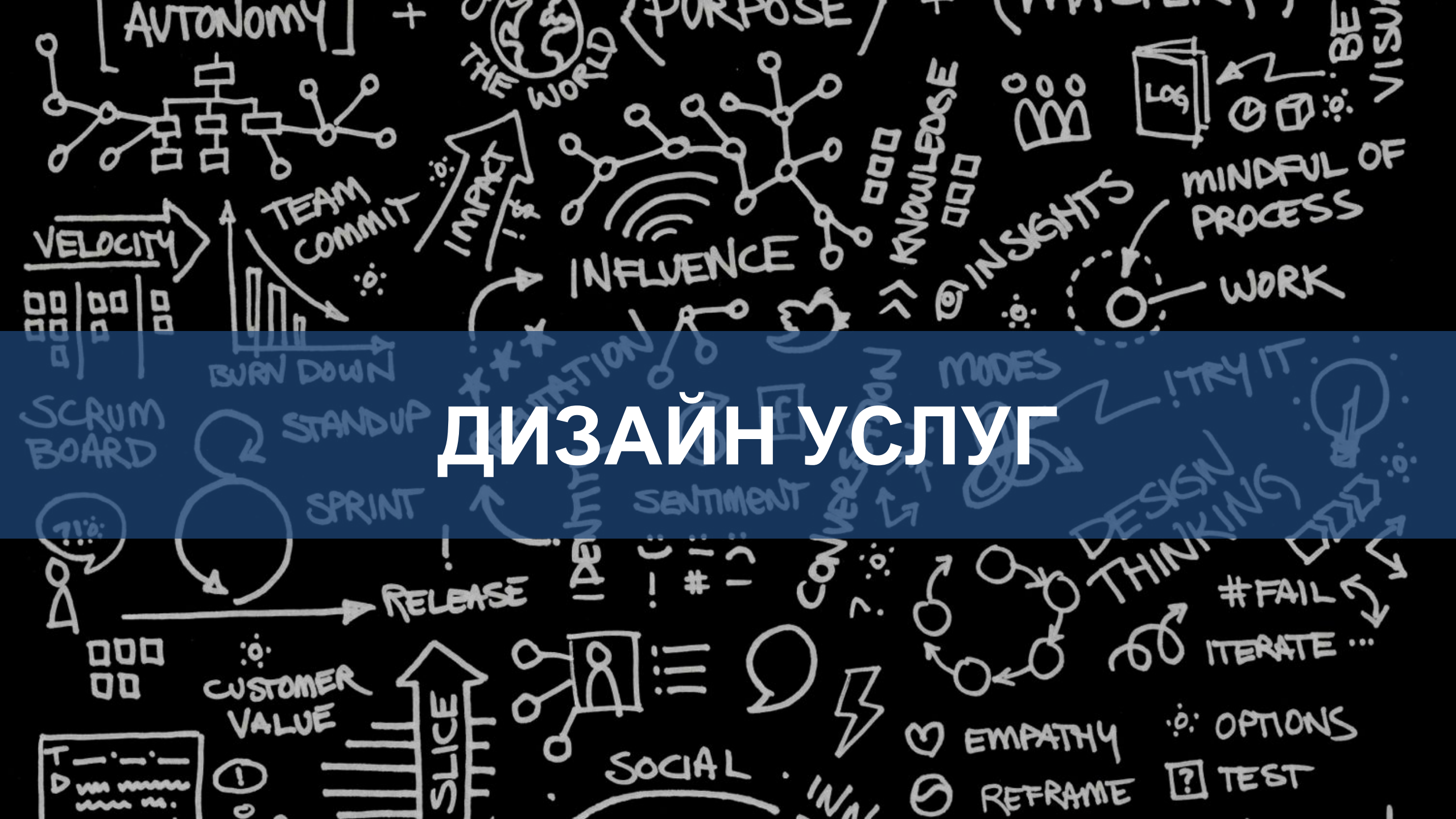
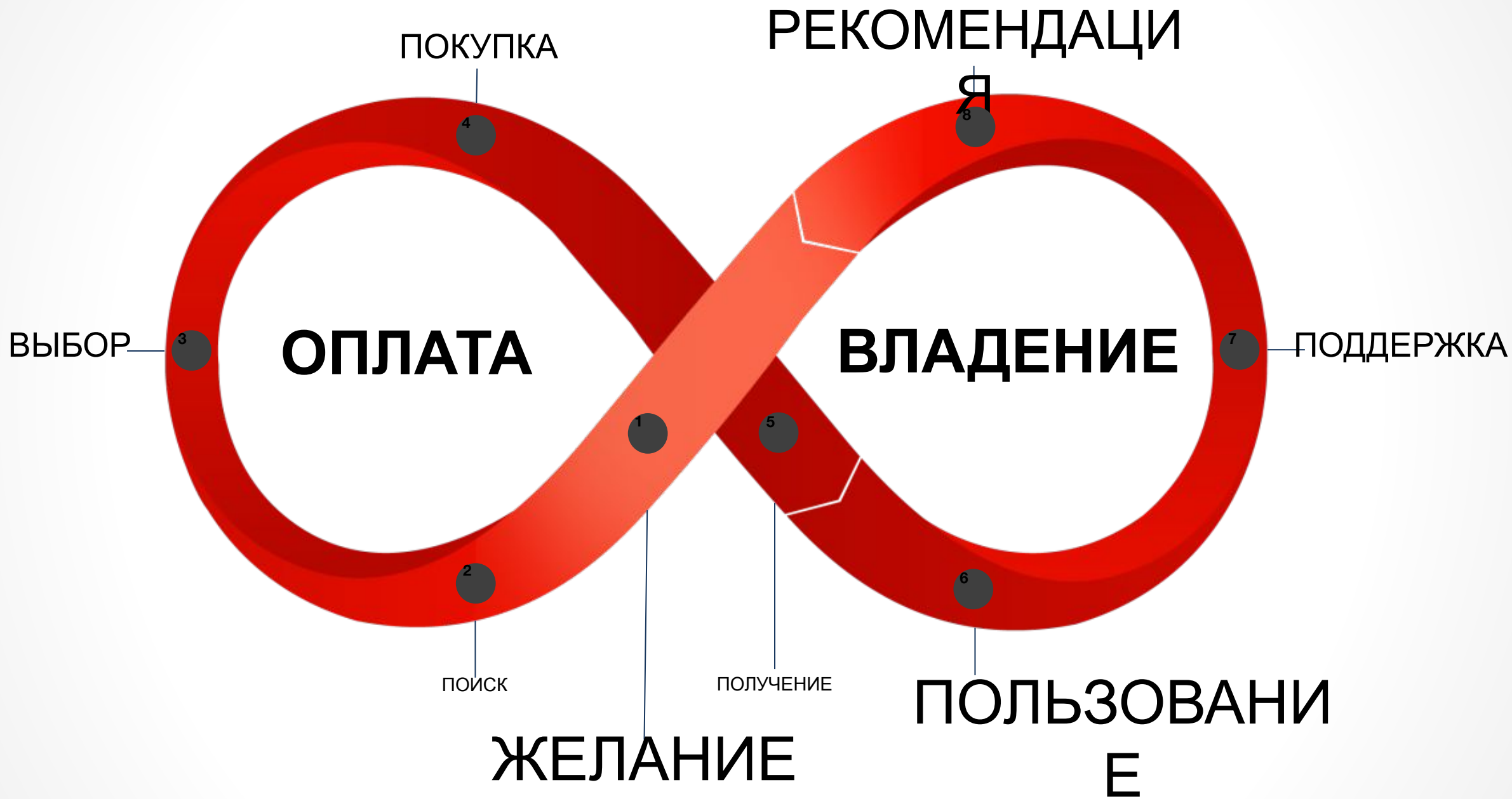
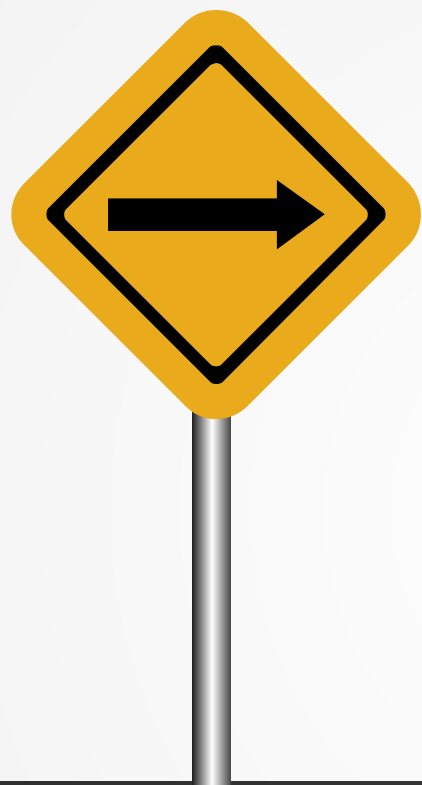


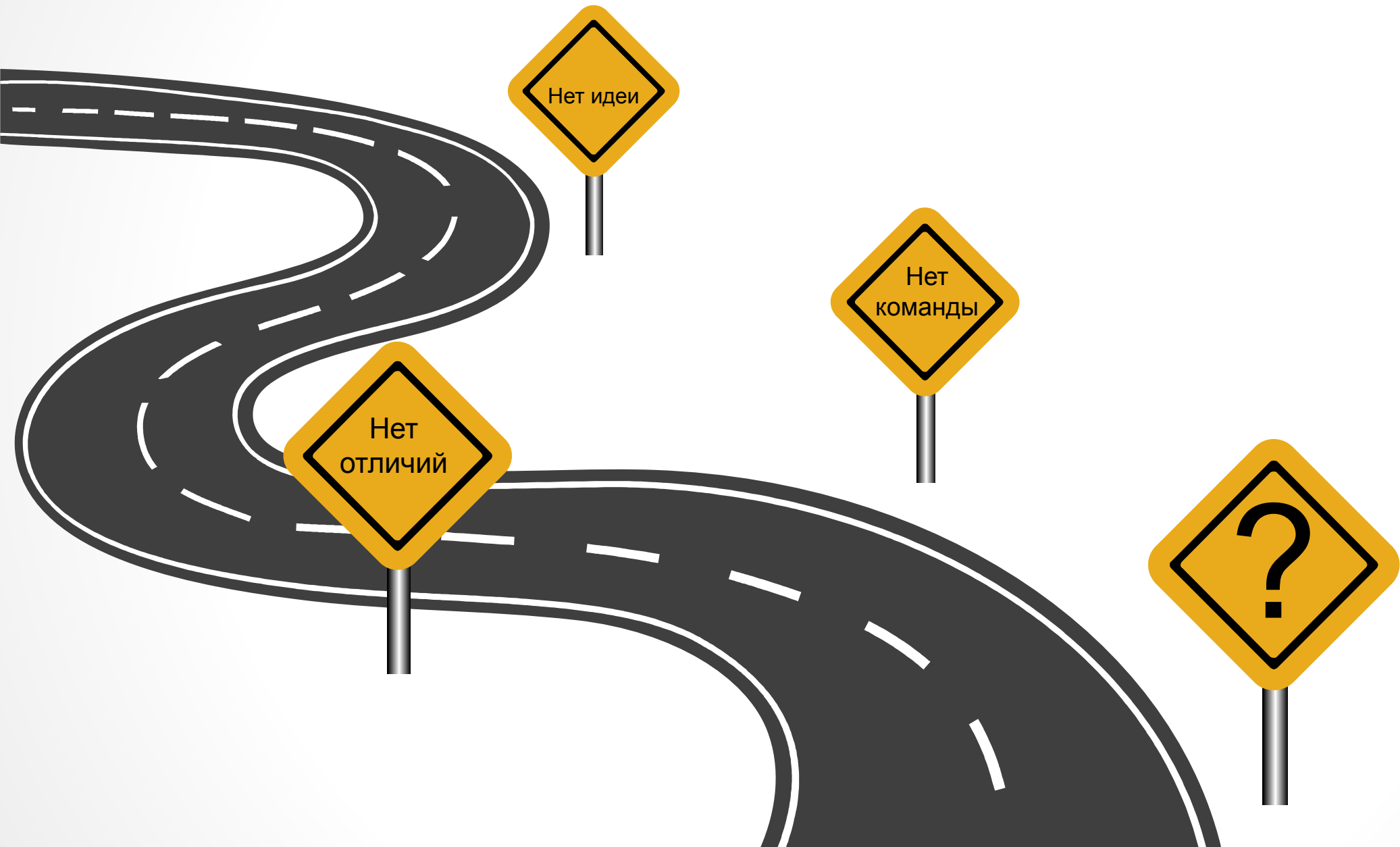
# ДИЗАЙН УСЛУГ











Нет идеи

Нет  
команды

Нет  
отличий

?

# Набор инструментов

A top-down view of a wooden workbench with various tools and materials. The tools include several knives with wooden handles, a large metal blade, a curved wooden piece, a yellow sponge, a red mallet, a ruler, and several small wooden pegs. The text 'Набор инструментов' is overlaid in a black banner across the center.



Startup

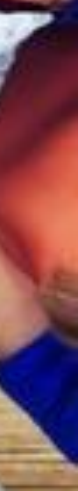
TARGET

Research

LEADERS

TEAMWORK

| DATE | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  |
|------|----|----|----|----|----|
| 19   | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25   | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31   |    |    |    |    |    |



Ты сам веришь, что такое бывает?..





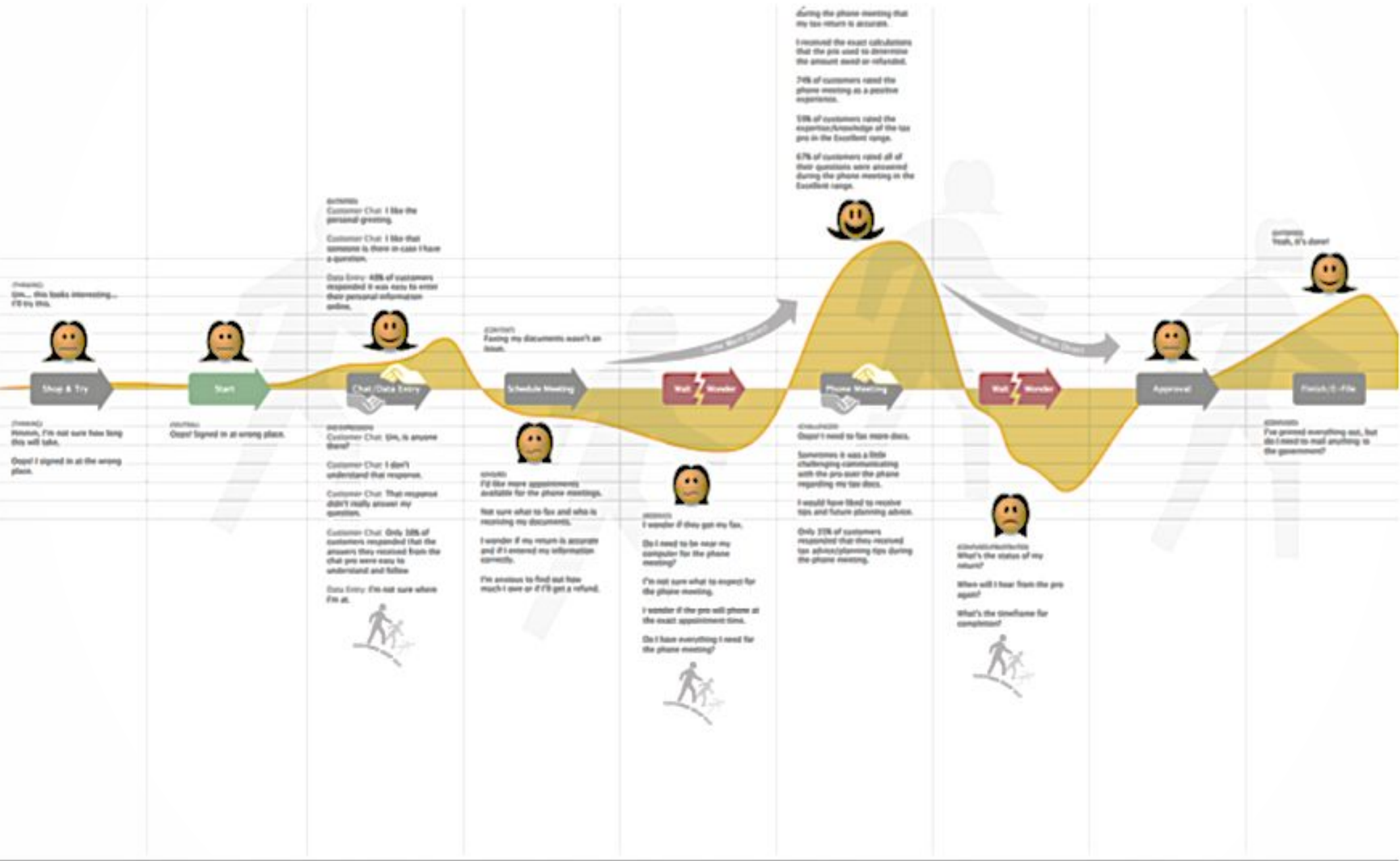


*Good*  
**DESIGN**

=

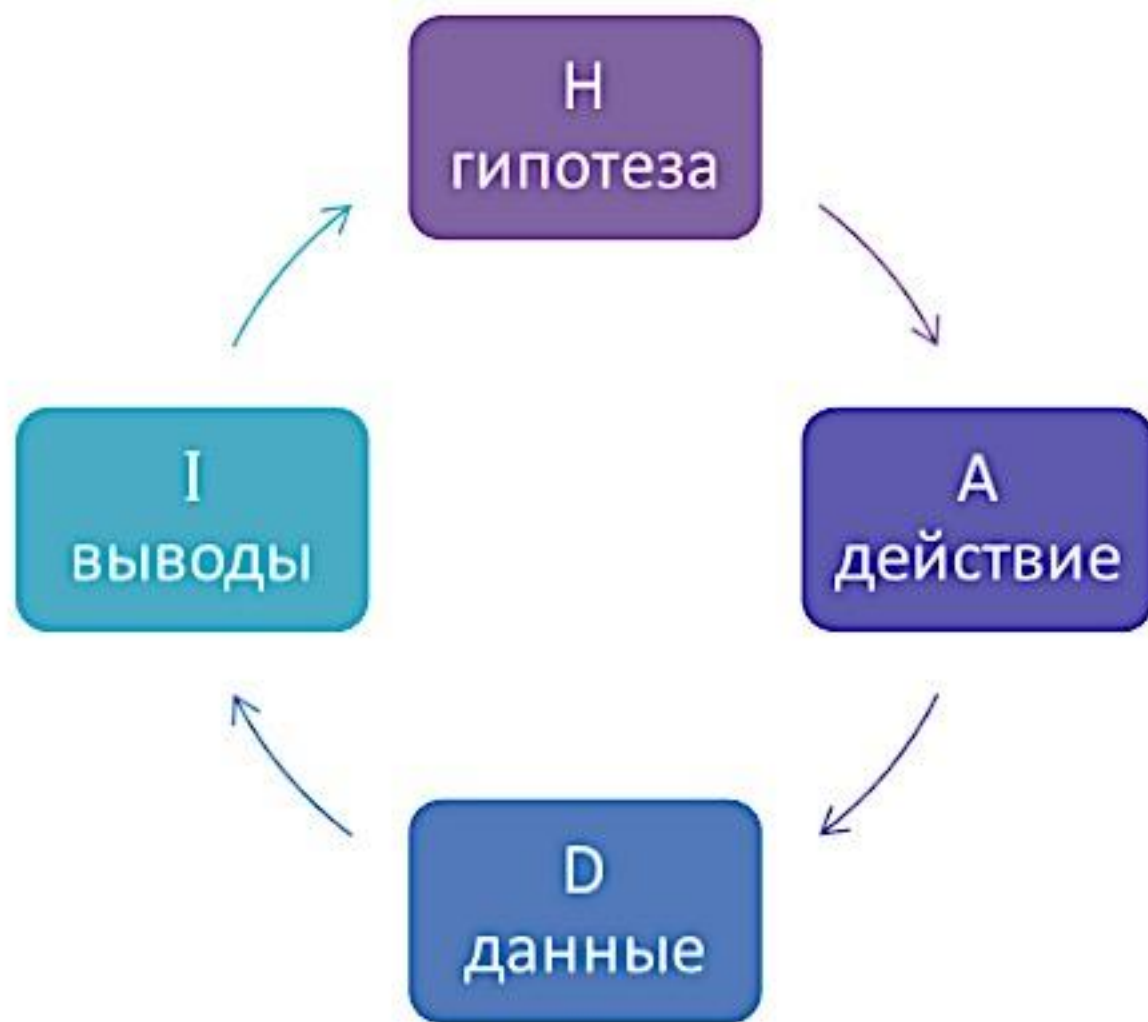
*Deep*  
**EMPATHY**

# Карта путешествия потребителя



# **ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ**





**H (Гипотеза)**  
**A (Действие)**  
**D (Метрика)**  
**I (Ожидаемый эффект)**

**Вера в эффект (от 0% до 100%)**

**Сложность реализации (от 0 до 5)**

HAДИ-цикл основан на цикл Деминга

PDCA (Plan-Do-Check-Act) планирование-действие-проверка-

| H                               | A  | D   | I                     | Вера          | Сложность  |
|---------------------------------|--|---|-----------------------|---------------|------------|
| Гипотеза                        | Действия                                       | Метрика                                     | Выводы                |               |            |
| <p><b>Что предполагаем?</b></p> | <p>Что нужно сделать, чтобы это проверить?</p> | <p>На какую метрику повлияет изменение?</p> | <p>Что изменится?</p> | <p>0-146%</p> | <p>1-5</p> |



| H  | A                                   | D                        | I      | Вера | Сложность |
|--|-------------------------------------|--------------------------|--------|------|-----------|
| Гипотеза   | Действия                            | Метрика                  | Выводы |      |           |
| Если убрать подтверждение e-mail'a, то конверсия в регистрации увеличится. | Убрать подтверждение e-mail адреса. | Конверсия в регистрацию. | +2%    | 50 % | 1         |



# Trello



# Большой Фитнес Зал 3 Этаж

☆ Приватная

**Нужно сделать**

Определить способ, порядок и инструменты передачи клиентов от Ирины и Сергея к другому персоналу!

Сформировать график загрузки большого фитнес-зала

Организация работы дежурных инструкторов

Подготовка администраторов к продажам услуг большого фитнес-зала

Добавить карточку...

**В процессе**

Оснащение фитнес зала (3 этаж) необходимым оборудованием

Обкатка тренажера ДРТ, регулировка, настройка под инструктора-женщину

Проведение тестовых тренировок в зоне ДРТ

Поиск сотрудников на должность дежурных инструкторов

Добавить карточку...

**Готово**

Решение вопроса по времени работы ЦЭМ в большом фитнес зале

Перенос зон и приспособлений для хранения оборудования

Покупка тренажера ДРТ

Занести в зал имеющееся оборудование

Добавить карточку...

Добавить список...

**Меню**

Добавить участников...

Сменить фон

Фильтр карточек

Улучшения

Стикеры

Ещё

**Действия**

Evgeny добавил(а) карточку Определить способ, порядок и инструменты передачи клиентов от Ирины и Сергея к другому персоналу! в список Нужно сделать В среду в 15:18

Сергей прокомментировал(а) карточку Сформировать график загрузки большого фитнес-зала

Несколько дней уже плагируем загрузкц зала через вайбер. Создали группу. По вечерам все пишут в какие часы готовы зайти в

# Business Model Canvas for PowerPoint

Key Partners



Key Activities



Value Proposition



Customer Relationships



Customer Segments



Key Resources



Channels



Cost Structure



Revenue Streams



# Great Product



GE Healthcare



The new **GE Optima MR360** is well suited for a wide range of MR scanning needs – with the ease of operation to help make a clinician's staff more productive. For streamlining routine scans, the Optima MR360 incorporates an express exam approach to MR.

It includes many intuitive and automated functions that help increase patient comfort, operator confidence, image consistency, and professional satisfaction of MR staff.



AM I REALLY SICK?

WISH I WAS AT SCHOOL

I'M REALLY NERVOUS

THAT LOOKS SCARY!

WILL IT HURT ME?!

MOM CAN'T HELP?

NO! NO! PLEASE NO!

FEEL SAFE

GOES TO INITIAL DOCTOR

RIDES TO HOSPITL

CHECKS IN

WALKS TO MRI ROOM

SEES MRI MACHINE

CRIES & RESISTS

SEES DOCTOR ENTER

GETS DRUGGED

GOES THROUGH MRI

DOCTOR

MOM

CHECKIN NURSE

IMAGING TECH

MOM

NURSE

DOCTOR ANESTH.

IMAGING TECH

TAKE-HOME PACKET

CAR

DESK & COMPUT.

CHART

MRI MACHINE

TISSUES

NEEDLE & DRUGS

MRI MACHINE

IDEA: LET'S GO CAMPING

# DESIGN NEW EXPERIENCES

Innovate to influence attitudes and change behaviors

SYSTEM

RECORD SYSTEM

PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

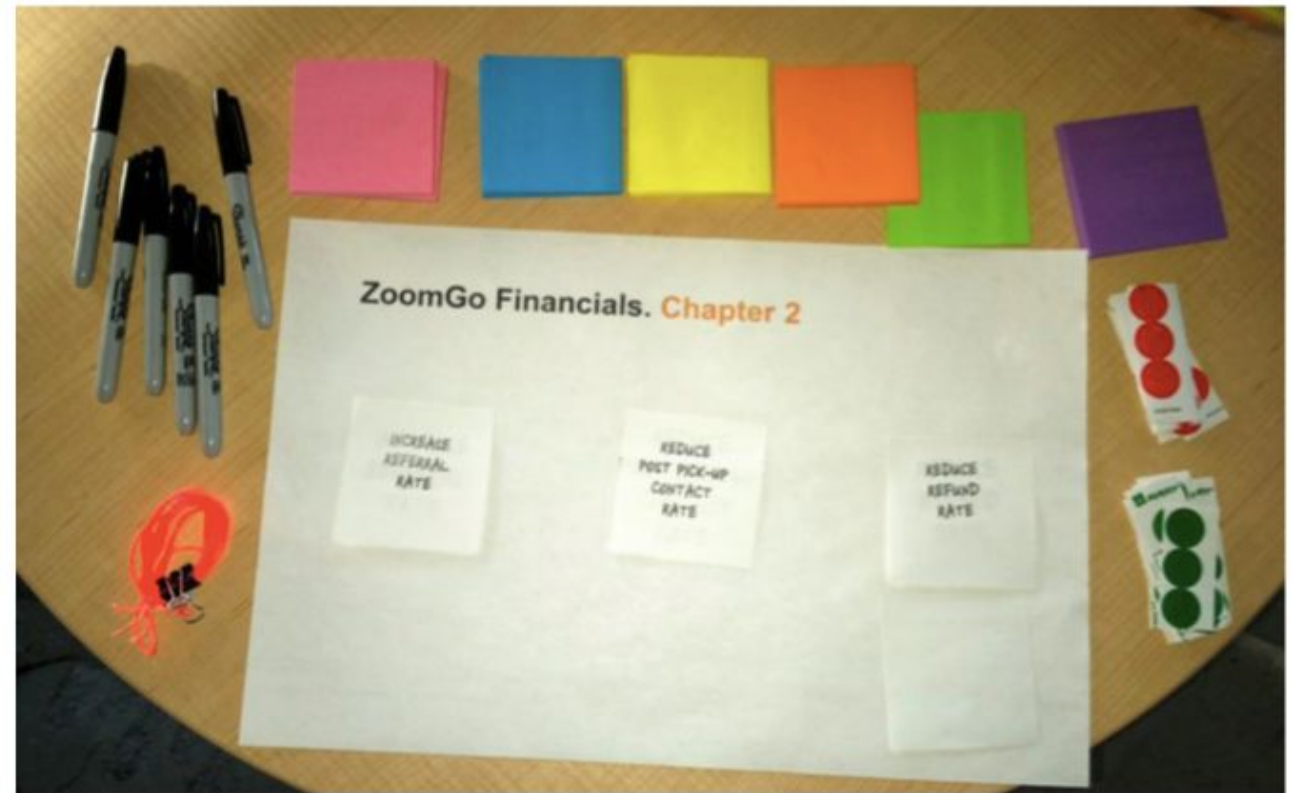
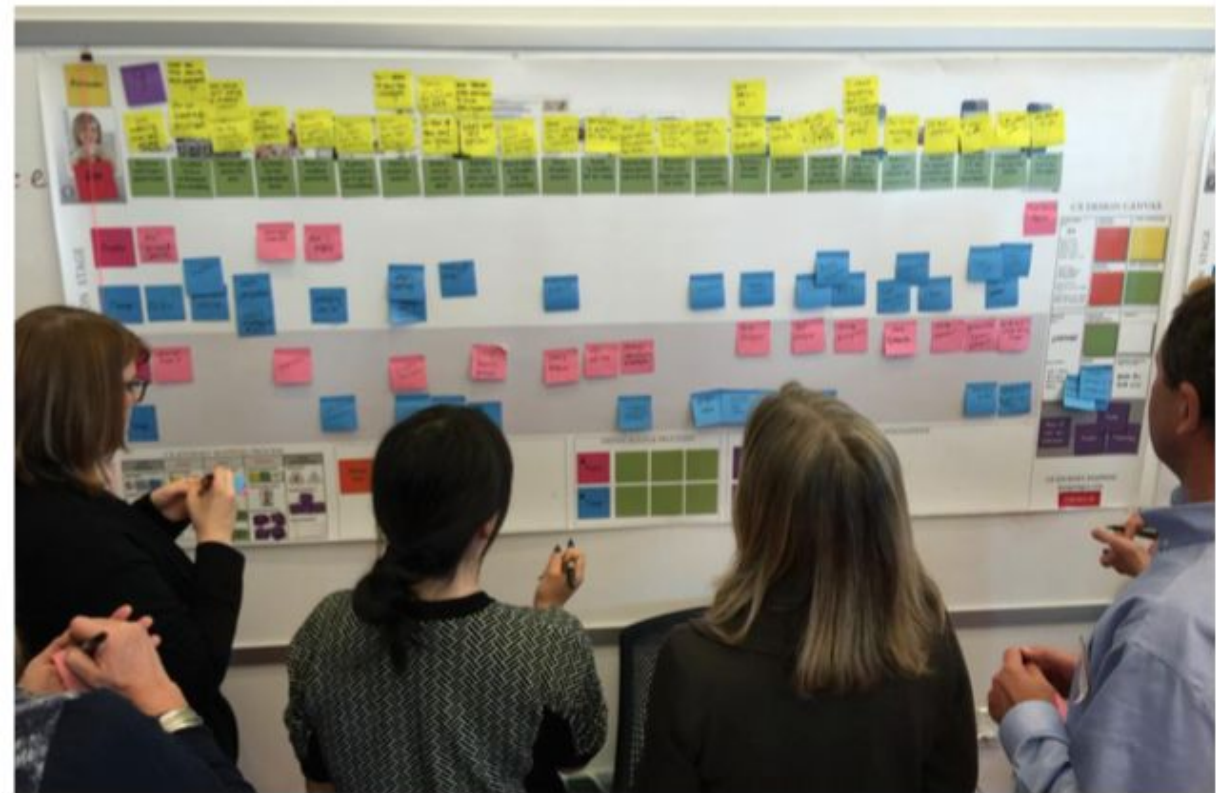
IMAGING RECORD SYSTEM

A child-friendly MRI scanner is the central focus, featuring a large, open gantry with a red and white color scheme. The scanner is surrounded by a vibrant, cartoonish mural of a jungle scene. In the center of the mural, a tiger sits by a campfire, playing a guitar. To the right, a hippopotamus is visible, and an owl perches on a tree branch. The background shows a full moon, a waterfall, and a pond with a fish. The floor is decorated with green grass and colorful flowers. The overall atmosphere is bright and playful, designed to make the MRI experience less intimidating for children.

Great Experience







**ПРЕДСЕРВИСНЫЙ ПЕРИОД**

**СЕРВИСНЫЙ ПЕРИОД**

**ПОСТСЕРВИСНЫЙ ПЕРИОД**

УСЛУГУ ЕЩЕ НЕ  
ОКАЗАЛИ НО  
КЛИЕНТ УЖЕ  
ПРЕДСТАВЛЯЕТ  
ЕЁ

УСЛУГУ ОКАЗЫВАЮТ  
ВПЕЧАТЛЕНИЯ  
ПОЛУЧАЮТСЯ

КЛИЕНТ  
РАССКАЗЫВАЕТ  
О ВАС

**РЕКЛАМА / СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Как поставщик услуги себя презентует?

**ТОЧКИ КАСАНИЯ**

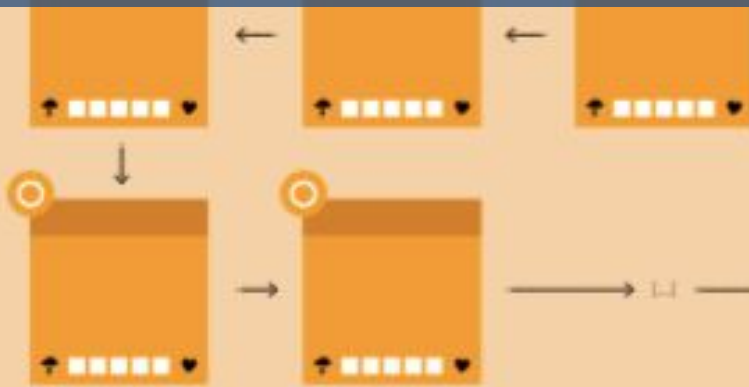
Какие точки взаимодействия с услугой проходит пользователь? Есть ли какие-то моменты, в которых опыт взаимодействия критически важен? Или, наоборот, является избыточным?

**УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ (CRM)**

Что делает поставщик услуги после её предоставления? Поддержка? Контроль качества? Работа с проблемами клиентов?

**САРАФАННОЕ РАДИО**

Что говорит об услуге/поставщике услуги друзья, коллеги, члены семьи, которые пользуются услугой?



**САРАФАННОЕ РАДИО**

Что клиенты говорят своим друзьям, коллегам и семье об услуге / поставщике услуг?

**ОТЗЫВЫ/ОБЗОРЫ**

Какой опыт (впечатления) есть у людей, которые достоверно пользовались (использовали) услугами или поставщиками услуг?

**ОЖИДАНИЯ**

Какие ожидания формируются по отношению к услуге/поставщику услуги?

**ОПЫТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

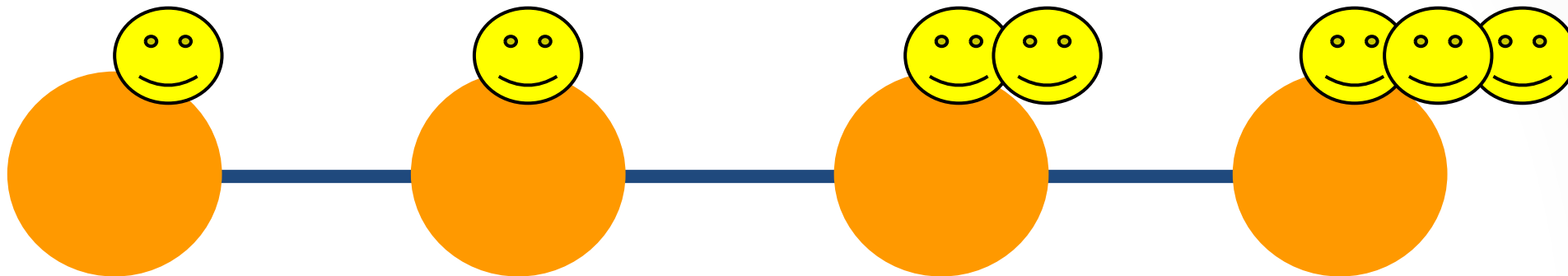
Какие персональные впечатления от опыта использования получает клиент в процессе пользования?

**УДОВЛЕТВОРЕНИЕ / НЕУДОВЛЕТВОРЕНИЕ**

Понес ли клиент услуги путем сравнения ожиданий и полученного опыта?

НЕПРЯМАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ДОСТОВЕРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



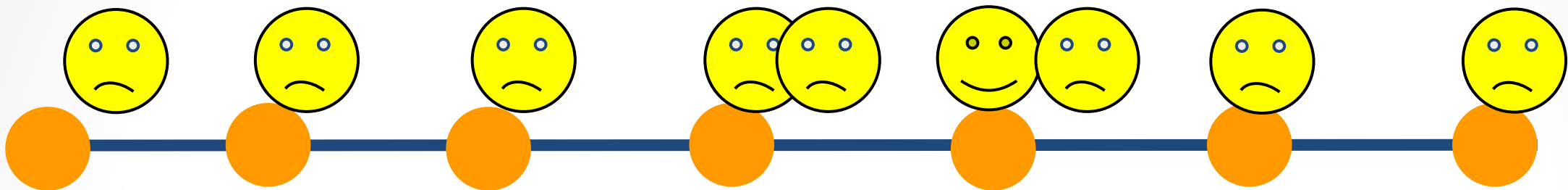
Я пришла на приём и меня ждали!

Мне сделали необходимые процедуры.

Я выздоровела!

Мне помогают следить за здоровьем!

**Интуитивный сценарий  
сервиса глазами клиента.**



Нужно  
выбрать  
клинику и  
врача...

Записаться  
я на  
прием.  
Никак не  
дозвонюсь.

Выделить  
рабочее  
время на  
это...

Добраться  
до клиники  
(плохо себя  
чувствую).

Я  
добралась!  
Но  
приходится  
ждать...

Сколько  
всего нужно  
сделать!!!

А как у вас  
платят?..

**Стандартный сценарий  
сервиса глазами клиента..**

Чтобы помочь людям делать больше,  
чувствовать себя лучше  
и жить дольше.

*Мы ...*

Будем жить нашими  
Ценностями и строить  
культуру, ориентированную  
на высокие достижения  
и развитие людей

Создадим категорию  
и будем развивать  
бренды, которые любят  
наши потребители

*Так мы победим  
в конкурентной борьбе  
и станем*  
Первой и наиболее быстро  
развивающейся компанией  
в области здравоохранения,  
которая опирается на науку  
и Ценности

Будем улучшать  
качество  
жизни людей  
при помощи новых  
научных открытий

Выстроим  
эффективную цепочку  
поставок, удобную  
для потребителя

Станем выбором №1  
для покупателей,  
клиентов и экспертов

**Потребитель прежде всего!**  
Уважение.  
Прозрачность.  
Честность.

**КОНТАКТЫ:**

**E-MAIL: VE@MAKE.ST**

**FB: FACEBOOK.COM/EVGENIY.VALCEV**

**MOBILE: +7.9236.110.110**