



Możliwości współdziałania na rynkach zagranicznych w ramach promocji polskich usług prozdrowotnych

Mariusz Arent

Instytut Badań i Rozwoju Turystyki Medycznej

Plan wystąpienia

1. Organizacja na świecie
2. Organizacja w Polsce
3. O programie Go to Brand
 - a. Realizacja
 - b. Ocena
4. Propozycje współdziałania

**Z perspektywy światowej wygląda na to, że
Polska to bogaty kraj, który stać na nie
rozwijanie systemowo turystyki medycznej.**



Organizacja na świecie – wybrane rynki.

- Centralne rady zarządzające (Malezja, Indie)
- Urzędowe regulacje rynkowe (Turcja, Izrael)
- Współpraca międzynarodowa (Ukraina, Turcja, Łotwa)
- Portale międzynarodowe (Białoruś, Ukraina)
- Upublicznianie informacji rynkowych (USA)

Sytuacja w Polsce

1. Brak centralnej organizacji zarządzającej oraz portalu krajowego.
2. Niewiele wydarzeń branżowych: kongresów, targów, oraz portali i agencji pośredniczących itp.
3. Brak wspólnej oferty medycznej.
4. Rozproszony, nieskoordynowany rynek niezależnie funkcjonujących wysp.



Polskie wyspy

Aktywne regiony: Małopolska , Mazowieckie,
Pomorskie, Lubelskie, Świętokrzyskie,
Warmińsko – Mazurskie,

Najbardziej: Zachodniopomorskie.

Aktywność pojedynczych placówek i osób.

Program Go to Brand - ogólnie

1. Program ogólnopolski
2. Odbiory: MŚP
3. Lata 2016-2020.
4. Obszar: Rosja, Ukraina, Norwegia, USA, ZEA
5. Narzędzia: targi, misje dziennikarzy, kampania w internecie.
3. Operator: Polska Organizacja Turystyczna.



Go to Brand - realizacja

W roku 2017 r. zrealizowano już:

- targi w Mokwie, Kaliningradzie, Kijowie, Los Angeles,
- misję dziennikarzy z Rosji.

Do końca roku odbędą się:

- targi w Sztokholmie (24-26.10) oraz Londynie (06-08.11),
- misja dziennikarzy z Ukrainy.

Więcej na stronach: health.gov.pl i
I.turystyka-medyczna.com.



Program – ocena

1. Promocja zagraniczna podmiotów.
2. Popularyzacja tematyki w kraju.
3. Łączenie środowiska medycznego i turystycznego.



Przyszłość

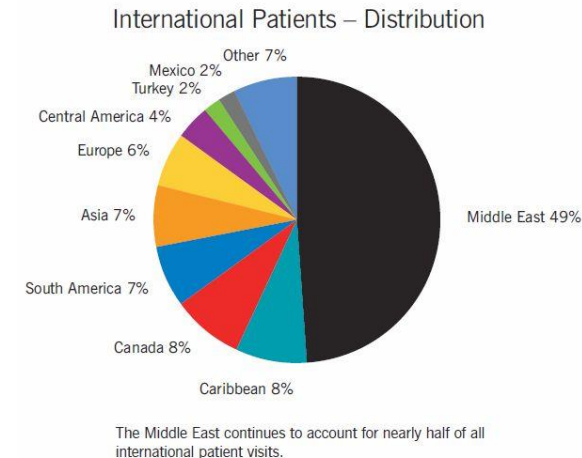
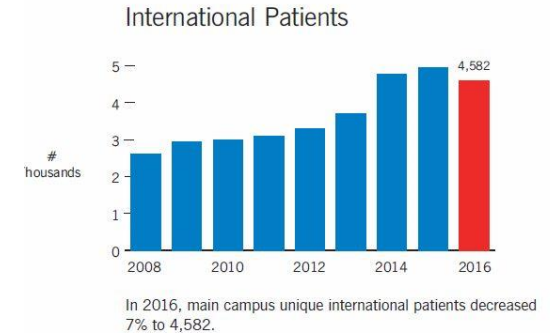
Notatka prasowa

- W październiku 2018 r. podczas targów w Kijowie grupa podmiotów z regionu Polski zaprezentowała swoją wspólną ofertę skierowaną na rynek ukraiński
- Podczas odbywającego się Kongresu branżowego grupa podpisała umowę biznesową z kilkoma organizacjami zagranicznymi reprezentującymi pacjentów z danego kraju.
- Obecność w Kijowie poprzedzona została kampanią internetową zorganizowaną we współpracy z POT.
- W efekcie zrealizowanych działań spodziewany jest w regionie wzrost pacjentów z zagranicy o 10%.

Zalecenia

- Zbieranie i udostępnianie publicznie albo dla Instytutu danych o pacjentach zagranicznych, ilości i źródeł zapytań.
- Podejmowanie działań w zakresie konsolidacji i tworzeniu wspólnej oferty na rynki zagraniczne.
- Otwieranie w strukturach organizacji komórek specjalizujących się w turystyce medycznej.
- Powoływanie lokalnych koordynatorów turystyki medycznej współpracujących z komórkami.

CLEVELAND CLINIC MAIN CAMPUS



Oferta Instytutu

Praca nad aktualizacją raportu za rok 2016. Prośba o zgłaszanie się podmiotów zainteresowanych rynkami zagranicznymi. biuro@ibirtm.pl

Będziemy informować na bieżąco o kolejnych planowanych działaniach w ramach programu Go to Brand oraz innych wydarzeniach.

Odpłatnie oferujemy audyt potencjału w zakresie turystyki medycznej, szkolenia, wsparcie konsultingowe oraz marketingowe w działaniach na wybranych rynkach zagranicznych.

Jakby jednak się okazało, że Polska służba zdrowia nie jest taka bogata, albo jest w kiepskiej formie to warto by było poprawić jej stan wykorzystując potencjał naszego kraju w zakresie turystyki medycznej.



Dziękuję za uwagę

Dane kontaktowe

Instytut Badań i Rozwoju Turystyki Medycznej – ibirtm.pl

Mariusz Arent – arent@ibirtm.pl

