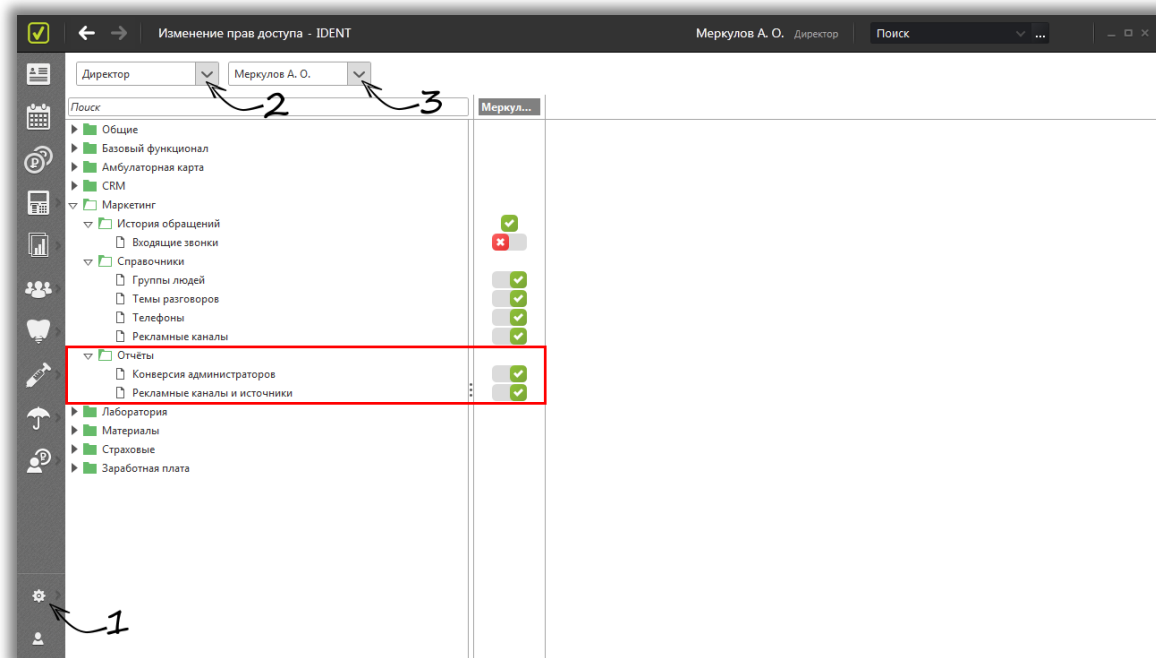


Права доступа: Маркетинг, Отчеты

Последнее изменение 15/03/2022 3:57 pm MSK

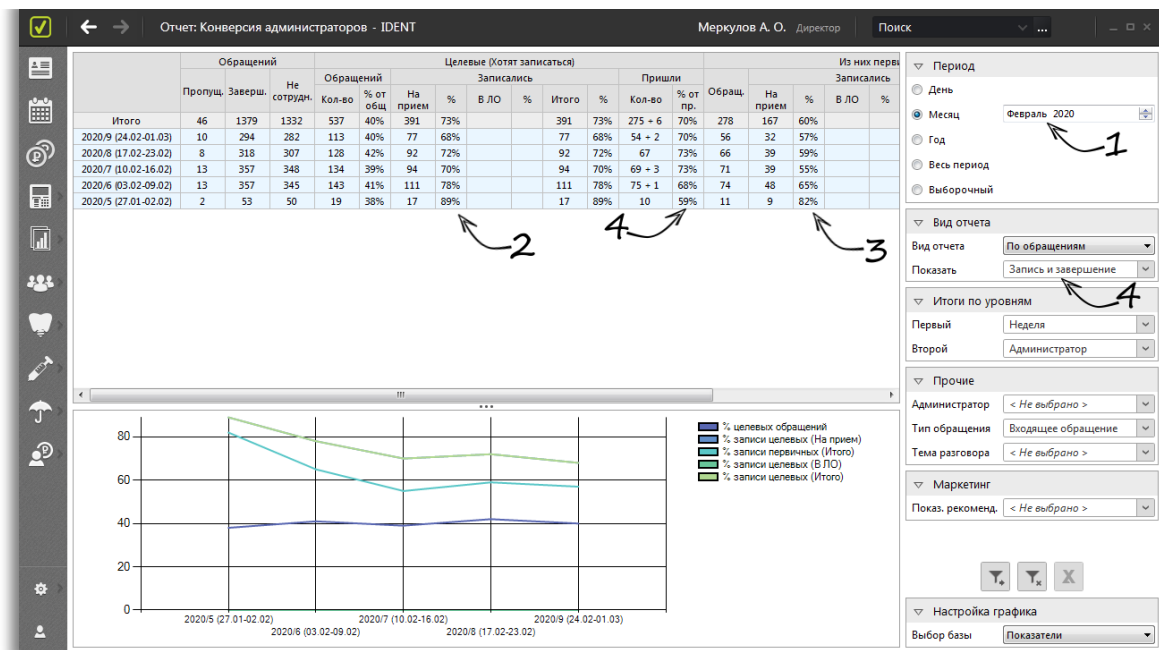
Чтобы настроить права доступа к отчетам в модуле «Маркетинг», перейдите в «Настройки» → «Изменение прав доступа» (1), выберите группу сотрудников (2) и, если нужно, конкретных сотрудников (3).



Конверсия администраторов

Наличие права доступа — **видеть отчет «Конверсия администраторов»** («Отчеты» → «Маркетинг» → «Конверсия администраторов») — позволяет сделать выводы о том, насколько хорошо работают администраторы клиники, индивидуально и все вместе, не теряете ли вы пациентов на этапе их общения с администраторами.

За выбранный период (1) вы увидите, какой процент обратившихся в клинику записывается на прием (2) (или в лист ожидания), в том числе, из первичных пациентов (3). Вы сможете следить — «доходят» ли до вас записавшиеся (4) (в фильтре «Показать» можно выбрать «Запись и завершение»). Подробнее о том, какую информацию можно получить из отчета «Конверсия администраторов», читайте [здесь](#).



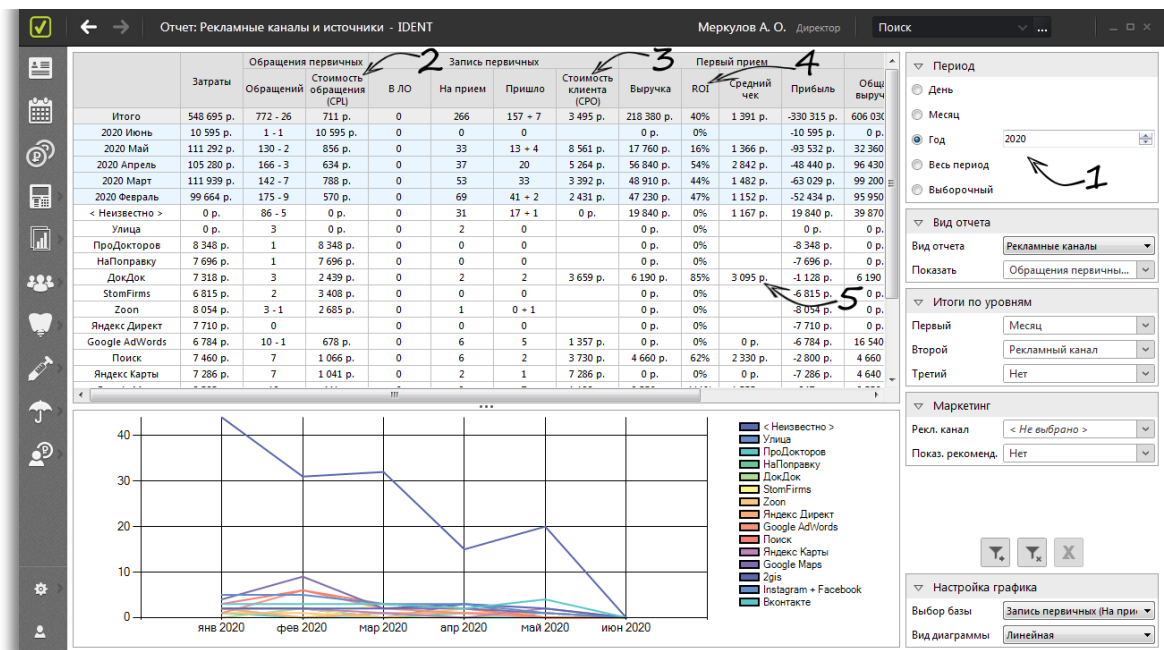
Возможность работать с отчетом «Конверсия администраторов» необходима тому, кто в клинике отвечает за качество консультаций, предоставляемых клиентам по телефону. Например, управляющему или старшему администратору.

Рекламные каналы и источники

Наличие права доступа — **видеть отчет «Рекламные каналы и источники»** («Отчеты» → «Маркетинг» → «Рекламные каналы и источники») — позволяет понять, насколько эффективно работают разные площадки, на которых вы рассказываете о клинике, ваших услугах, акциях и специальных предложениях. С помощью этого отчета вы за выбранный период времени (1) сможете увидеть:

- стоимость обращения — CPL (2);
- стоимость привлечения одного клиента — CPO (3);
- отношение выручки к вложениям — ROI (4);
- средний чек (5);
- среднюю прибыль, полученную от одного пациента (пришедшего из определенного рекламного канала) за все время его лечения — LTV.

Подробнее о том, какую информацию можно получить из отчета «Рекламные каналы и источники», читайте [здесь](#).



Возможность работать с отчетом «Рекламные каналы и источники» необходима тому, кто в клинике полностью контролирует маркетинговые активности. Например, управляющему или маркетологу.