

RÖPORTAJ

SAĞLIK TURİZMİ İLE FARKLI KÜLTÜRLERDEN İNSANLARI AĞIRLIYOR

Bir yandan Türkiye'nin en genç sağlık markasını ortaya koyduklarını ve farklı kültürlere hizmet sunduklarını aktaran Meri İstiroti, öte yandan etkin tıbbi hizmetler sağlayarak, Türkiye'yi en güzel şekilde yurtdışına tanıtabilmenin hakkı onurunu yaşadıklarını ifade etti.

D

Dünyadan milyonlarca turistin tercih ettiği en önemli destinasyonlardan biri olan Türkiye, yalnızca güneş, deniz ve kum tatili ile değil, son yıllarda sağlık turizmi ile de ön planda. Türkiye muazzam turistik tesislerin yanı sıra konusunda dünyada parmakla gösterilecek teknolojik donanımlı hastane ve doktorları ile özellikle birçok tedavi ve ameliyata imza atıyor. Türk sağlık turizmi dünyanın farklı yerlerinden gelen pek çok insanın derdine derman

oluyor ve her geçen gün daha da yükselerek bir marka olma yolunda hızla ilerliyor. Kurdukları altyapı ve teknolojik yatırımları, iyi hekimlerden oluşan bir takım kurabilmenin ötesine geçtiklerini ifade eden Liv Hospital Genel Müdürü Meri İstiroti, hastanelere nasıl yaklaşıldığını bilen bir hastane personeli ile hizmet verdikleri için başını aldıklarını söyledi. **Meri İstiroti** ile sağlık turizminin ulaştığı noktayı konuştuk.

Sizce sağlık turizminde Türkiye neden tercih ediliyor?
Türkiye'de yer alan sağlık kuruluşlarının altyapıları çok ciddi bir duruma geldi. Yapılan üst düzey teknolojik yatırımlar ile etkin tıbbi ve tedavilerin hastaların hizmetine su-



Meri İstiroti
"Türkiye'ye gelen bir sağlık turisti, ortalama 8 bin dolar gelir oluşturuyor."

mulması, yetkin hekimlerin bu üst düzey teknolojiyi ve uygulamaları günlük pratiklerine sokması; farklı ülke vatandaşlarında, Türkiye'deki sağlık hizmetlerini menek etme ve kullanma alışkanlığı doğurdu. Daha iyi ortam-

52 | İŞ HAYATI TEMMUZ 4, 2014

larda, daha iyi bir hizmet anlayışı ile iyi ve başanlı tıbbi sonuçları deneyimlemesi söz konusu oldu. Bundan abdiklan cesaretle Türkiye'nin ileri gelen sağlık kuruluşları da yurtdışına bu altyapı ve hizmetleri pazarlamaya başladı. Kamu desteği olmadan başladıkları bu tanıtım çalışmalarını ve faaliyetlerini neticesinde, Türkiye'ye gelen yabancı hasta sayısı hızla artmaya başladı.

Bu olumlu gelişimden etkilenen çeşitli kamu organları da tıp turizmine destek olmaya başladılar, öyle değil mi?
Evet, örneğin THY anlaşmalı sağlık kuruluşlarına gelen hastalara daha uygun fiyatlı bilet satmaya başladı. Ekonomi Bakanlığı marka tanıtımı kapsamında yurtdışında yapılan tanıtım ve pazarlama çalışmalarını desteklemeye ve teşvik sağlamaya başladı. Turizm Bakanlığı ve TCİSAB bu konuda daha yoğun tanıtım çalışmaları yapmaya başladılar.

Bir sağlık turisti, ortalama ne kadar gelir bırakıyor?
Türkiye'ye gelen bir sağlık turisti, ortalama 8 bin dolar gelir oluşturuyor. Bir hasta, 2 bin 500 dolara göre izleri için de gelebiliyor, bir kanser ameliyatı olmak ya da göz tedavisini burada yaptırmak için de tercihi buradan yana kullanabiliyor. Ortalama 30 bin dolar bir nakit için de 100 bin doların üzerinde bir bedel de ödeyebiliyor.

Türkiye en çok hangi tıbbi alanlar için tercih ediliyor?
Ülkemiz artık sadece estetik cerrahi, diş tedavileri, göz ameliyatları için değil, risk düzeyi yüksek tedaviler için de tercih ediliyor. Dünyanın her bölgesinde gerçekleştirilmeyen birçok ileri tıbbi uygulamayı kolaylıkla yapabiliyor. İleri kalite ameliyatlara, tanıyım ortadan kaldırılan renal denervasyon uygulamaları, mide, bağırsak, kolon, rektum, rahim, over, böbrek, prostat kanserlerinde robotla tedavilerin yapılması, diz protez ameliyatların bir devrim niteliğinde olan

makoplasti tekniğinin (bu da bir robotik cerrahi yöntem, diz için kullanılır) yapılması, tirose cerrahilerinin yapılması, başanlı obezite cerrahilerinin robotik metotla yapılması, kök hücre tedavilerinin uygulanabilmesi bunlardan sadece bazılarıdır.

Türkiye, geçen yıl sağlık sektöründe ortalama kaç turist ağırladı?
Geçen yıl sektörümüzde 300 bin aşkın sağlık turisti ağırladık.

Peki, çok başarılı tedaviler sunabilmek ve iyi yatırımlar yapma olmak yeterli mi?
Maalesef değil... Hastaların sizi tercih etmesini sağlamak, internetteki bilgi bolluğu ve hatta kirliliği içinde sizin tercih edilebilir olmanız o kadar da kolay değil. Burada pazarlama stratejilerinizi ilköğe göre doğru yapabilmemiz gerekiyor.

Doğru bağlantılar kurup doğru stratejiler belirlemek yeterli mi? Siz, Liv Hospital olarak ne tür pazarlama stratejileri belirlediniz?
Hastalarla konuşan, yüzleşen, raporları hızla tıbbi otoritelerden onaylatıp yapılacak tedaviyi etkin ve net bir şekilde hastalara anlatan yurtdışı pazarlama ekibimizin ve hastane işletme ekibimizin çok iyi olması gerekiyor. Burada insanı yaptığımız yatırım kadar başanlı olursunuz. Farklı kültürlerin ihtiyaçlarını bilmek, hassasiyetlerine göre davranmak aynı bir

dikkat ve meziyet gerektiriyor. Lisans bilmedeği, belki de ilk defa hayatında geleceği bir ülkeye gelmeye ikna ediyor bu arkadaşlar hastaları. Hekimler ve altyapı hakkında güven oluşturuyor ve ülkeye adım attığı andan itibaren havaalanından, havaalanına geri dönene kadar bu hastanın ailesi olucukları yurtdışı yetkililerimiz.

Sadece yabancı dil bilmek yeterli değil yani. Liv Hospital yurtdışı pazarlama ekibi, farklı kültürleri ağırlarken nelere dikkat ediyor?
Sadece yabancı dil bilmek yetmiyor, insanı sevmek, tüm tarafları doğru bilgilendirmek ve organize edebilmek gerekiyor. Çalıştığımız hastanemin tüm üyelerinin, yabancı hastaların ihtiyaç ve beklentilerine aşina ve duyarlı olması gerekiyor. **Liv Hospital**, kurduğu altyapı ve yaptığı teknolojik yatırımları, iyi hekimlerden oluşan muazzam bir takım kurabilmesinin ötesinde, hastalara nasıl yaklaşıldığını da bilen bir yurtdışı ve yurtdışı takımı ve hastane personeli ile hizmet veriyor. Bir yandan Türkiye'nin en genç sağlık markasını ortaya koyarken, çalışmalarını deneyimlerini bir araya getirerek, farklı kültürlere hizmet sunuyoruz. Öte yandan iyi tedaviler sunabilmek, etkin tıbbi hizmetler sağlayabilmenin gururunu yaşarken Türkiye'yi en güzel şekilde yurtdışına tanıtabilmenin hakkı onurunu yaşıyoruz.

TÜRKİYE'YE 2013 YILINDA 300 BİN SAĞLIK TURİSTİ GELDİ