

Кейс клиники UniverStom: как продвигали услуги имплантации стоимостью 75 000 рублей с помощью VK Рекламы

2022 Target



ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ИМПЛАНТАЦИИ СТОИМОСТЬЮ 75 000 Р ЧЕРЕЗ VK РЕКЛАМУ

ВКонтакте



Стоматология специализируется на имплантации, основная особенность услуги – имплантация без боли и разрезов. Узконаправленная деятельность клиники в сфере имплантации.

Преимущества клиники

- ✓ Уникальный метод установки имплантов без разрезов
- ✓ Быстрое послеоперационное заживление
- ✓ Возможность протезирования сразу после установки имплантов

Задачи:

Основная цель продвижения у стоматологии заключается в **генерировании лидов через лид-форму из ВКонтакте** на основную услугу клиники – имплантация

Решение:

- Очень большая стоимость заявки через таргетированную рекламу
- Не хотят носить съемный протез
- В высококонкурентных нишах необходимо отстраиваться предложением и офферами, даже если предложения у всех стоматологий одинаковые

Подготовка к рекламной кампании

Подготовка к рекламной кампании

Что сделали?

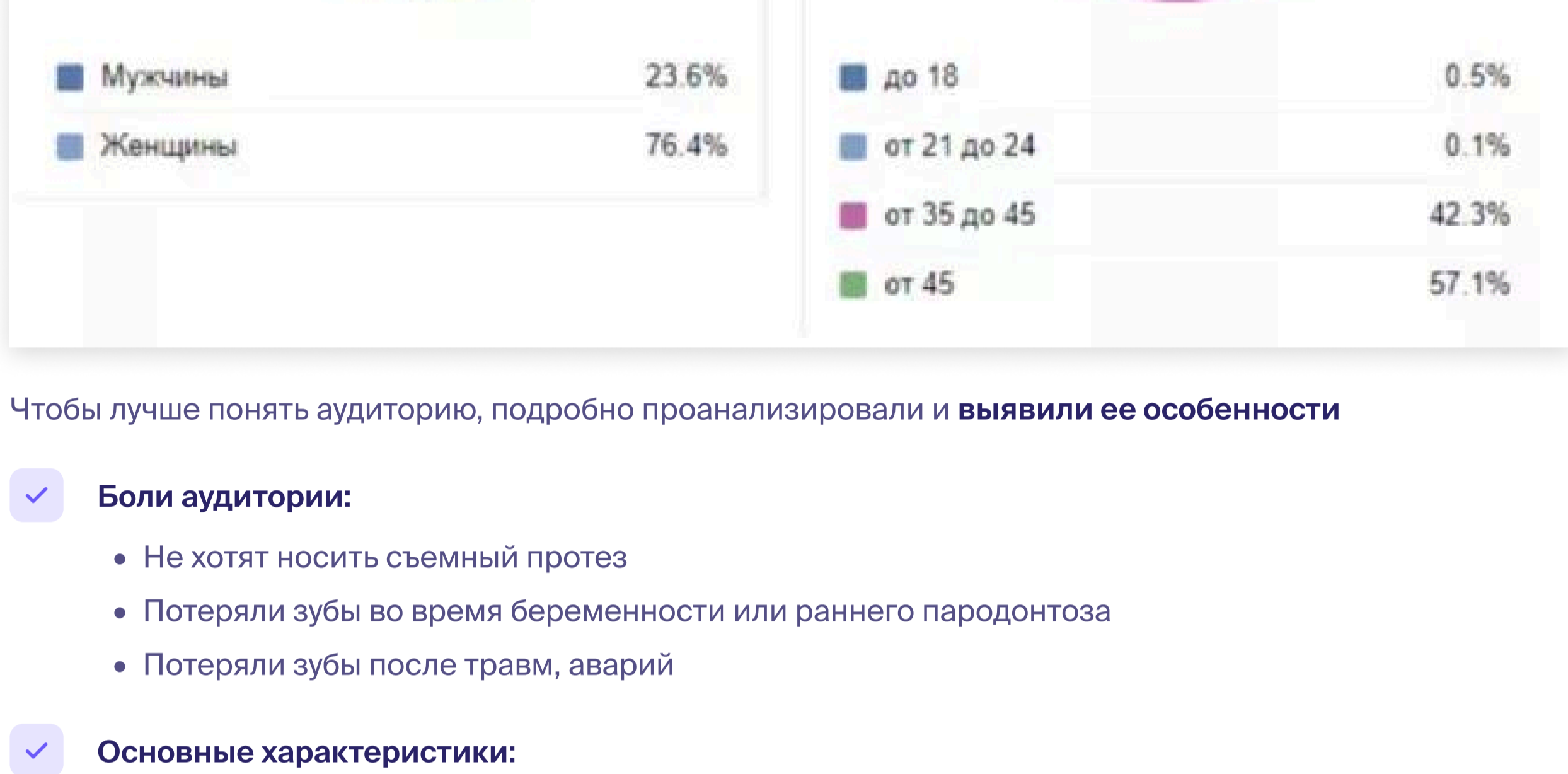
1. Чтобы понять в общем картину рынка, сделали конкурентный анализ, выявили несколько идей для дальнейшей рекламы
2. Сделали несколько вариантов креативов
3. Запустили моментальную лид-форму
4. Собрали ключевые транзакционные запросы: имплантация стоимость, цена и т.д

Что мы сделали?

1. Чтобы понять в общем картину рынка, **сделали конкурентный анализ**, выявили несколько идей для дальнейшей рекламы
2. **Сделали** несколько вариантов креативов
3. **Запустили** моментальную лид-форму
3. **Собрали ключевые транзакционные запросы**: имплантация стоимость, цена и т.д

Целевая аудитория для рекламной кампании

- ✓ В целевую аудиторию входят **взрослые люди, мужчины и женщины 35+**
- В основном **женщины в возрасте 35+**, у них проблемы с зубами, нужна имплантация либо от одного до нескольких зубов, либо сразу все зубы.
- География проекта – **Санкт-Петербург**.



Чтобы лучше понять аудиторию, подробно проанализировали и **выявили ее особенности**

- ✓ **Боли аудитории:**
 - Не хотят носить съемный протез
 - Потеряли зубы во время беременности или раннего пародонтоза
 - Потеряли зубы после травм, аварий
- ✓ **Основные характеристики:**
 - Обеспеченные, могут позволить установить имплантацию в короткие сроки, но также интересуют условия рассрочки и прозрачность цен
 - Много работают, некогда посещать регулярно стоматолога и следить за зубами
 - Профессия связана с улицей, отдаленной северной местностью, характерна чаще всего для аудитории до 45 лет, у которых на почве недостатка витаминов или переохлаждений развился ранний пародонтоз
- ✓ **Места обитания:**
 - Санкт-Петербург
 - Наемный сотрудник
 - Использует ВКонтакте, Одноклассники
- ✓ **Отношение к продукту:**
 - Боится стоматологов, но знает что проблемы с зубами
 - Не решится все пойти на консультацию
 - Обеспокоен и не может принять решение о выборе нужной клиники для лечения
- ✓ **Сегменты аудитории в рекламных кампаниях, которые принесли результаты**
Контекстные запросы

имплантация зубов скидки

имплантация зубов цены акции

имплантация зубов акции скидки

имплантация зубов под ключ акции

стоимость имплантации зуба

имплантация зубов в рассрочку

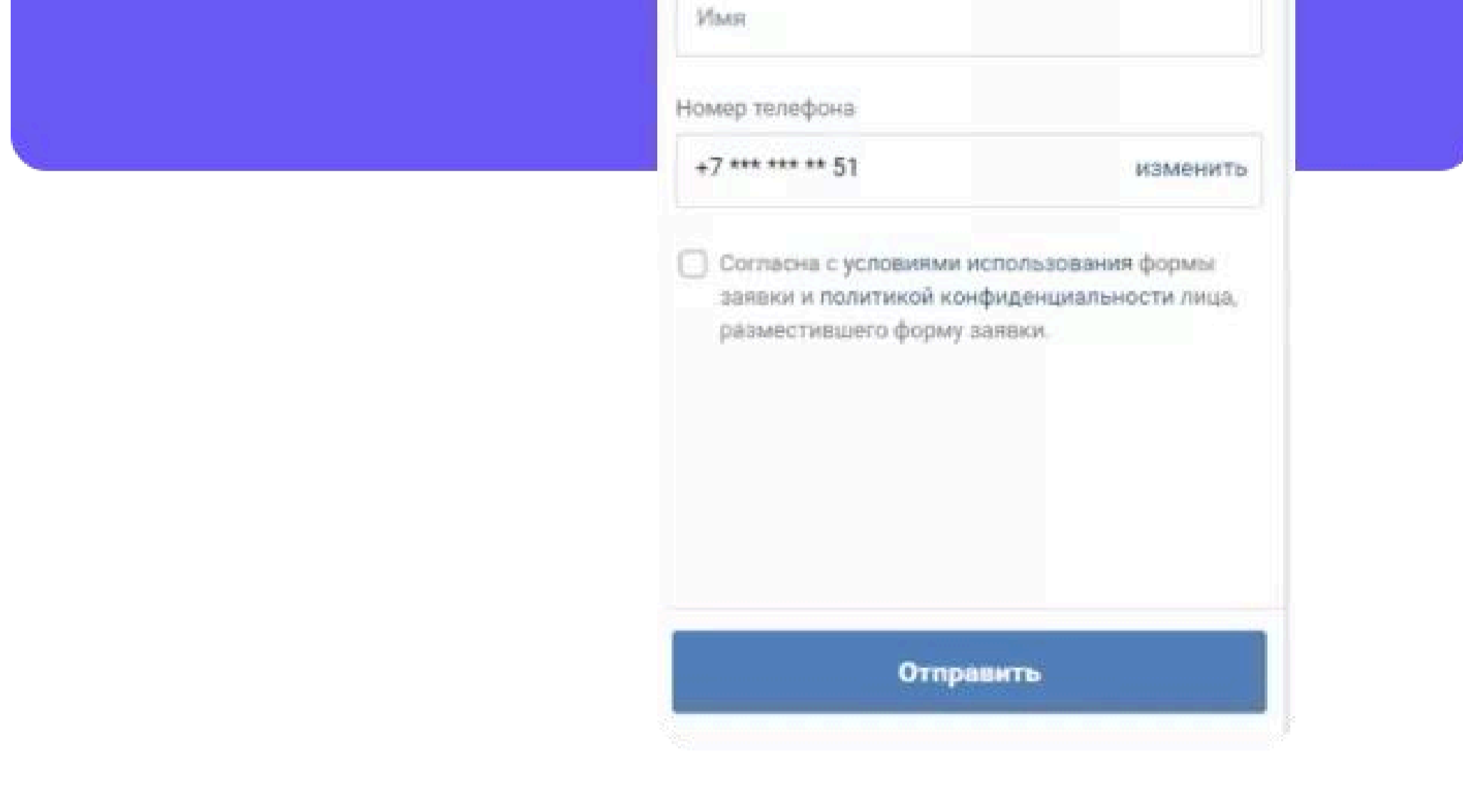
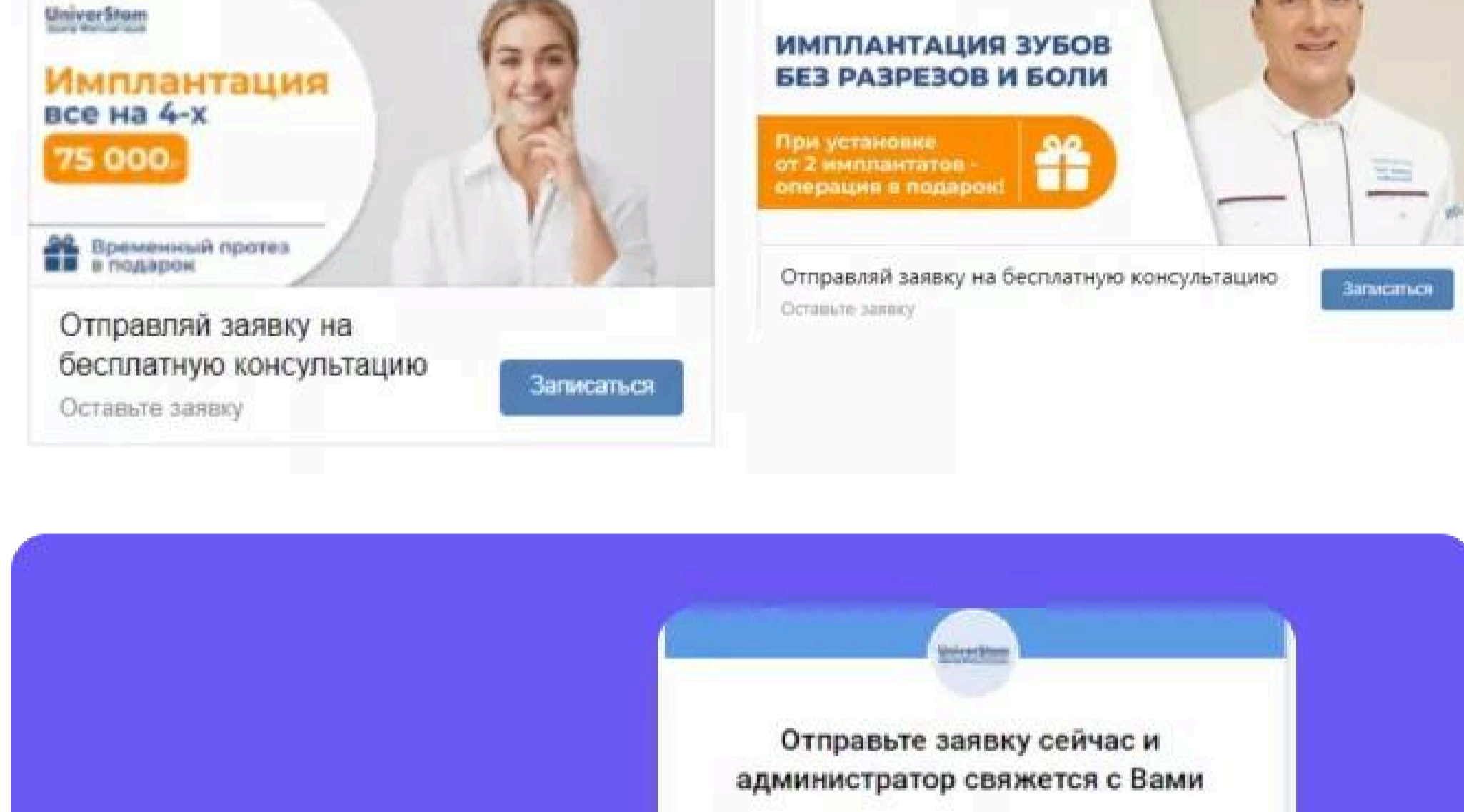
имплантация без разреза

Креативы

Примеры удачных креативов

На баннерах использовали фото сотрудников клиники для повышения доверия с кнопкой призыва к действию,

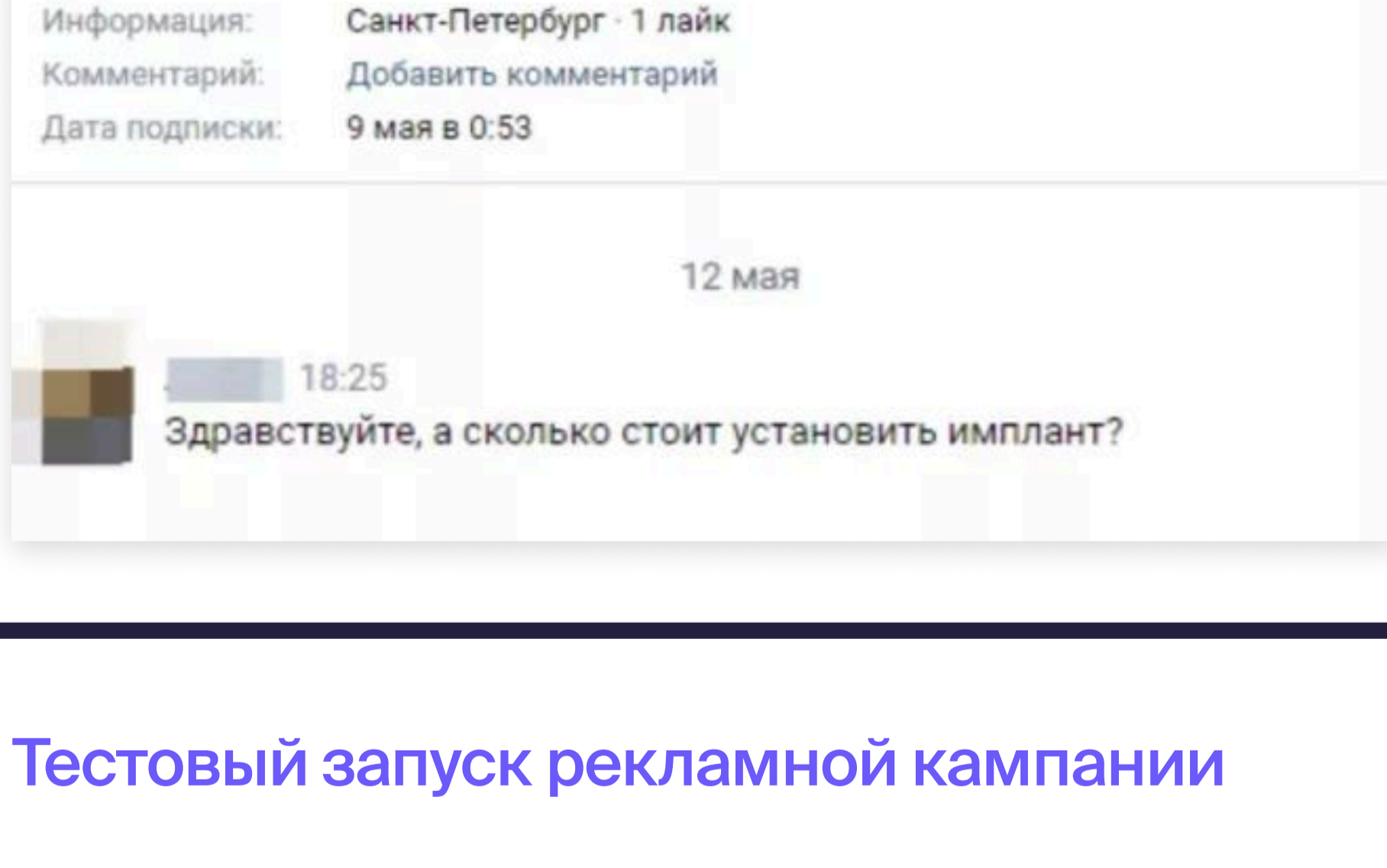
Разместили возможность моментально отправить заявку на консультацию



Скриншот рекламного кабинета.

Потенциальные клиенты обращались как через форму заявок так и в сообщения группы

Кампания	Статус	Дата создания	Дл. кам.	Общ. лид.	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	сCPC	сCPM	сCPA
Имплантация на 4-х	▶	8 мая 2022	Не задан	Не задан	1 515 93 Р	2 424	22	0.90%	68.90 Р	625.36 Р	
Эффект облысения_29_03	▶	29 марта 2022	Не задан	Не задан	2 908 49 Р	8 403	29	0.34%	100.29 Р	346.12 Р	
Контекст_запросы_21_03	▶	21 марта 2022	Не задан	Не задан	11 564 59 Р	34 760	116	0.33%	99.69 Р	332.69 Р	
Всего: 3 кампании					15 989 01 Р	45 587	167	0.36%	95.74 Р	350.74 Р	



Тестовый запуск рекламной кампании

Заявки с формы моментальной записи

В тестовый период получали заявки на момент обучения рекламных кампаний **от 3900 руб.** Данные результаты нас не устраивали и мы решили дальше экспериментировать с аудиторией и креативами.

Объявление	Статус	Общ. лид.	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	сCPC	сCPM	Заявки	CPA
«UniverStom» Центр имплантации ...	▶	Не задан	3 900 30 Р	11 141	42	0.37%	92.86 Р	350.08 Р	1	3 900 30 Р
«UniverStom» Центр имплантации ...	▶	Не задан	0 00 Р	0	0	0.00%	0 00 Р	0 00 Р	0	0 00 Р

Далее запустили креативы с доктором клиники, убрали лишний текст и поменяли призыв к действию.

Стоимость лида снизилась до 1386 руб.

Объявление	Статус	Общ. лид.	Потрачено	Показы	Переходы	CTR	сCPC	сCPM	Заявки	CPA
«UniverStom» Центр имплантации ...	▶	238 Р	2 773 12 Р	9 381	38	0.40%	72.97 Р	295.61 Р	2	1 386 56 Р
Всего: 1 объявление			2 773 12 Р	9 381	38	0.40%	72.98 Р	295.61 Р	2	1 386 56 Р

Результаты

Что сделали?

- Итого потрачено: 15 981,01 р.
- Клики: 213
- Стоимость клика: 75,02 р.
- Лиды: 15 шт.
- Конверсия в лид: 7,04%
- Стоимость лида: 1065,4 р.

С данной клиникой продолжим работу и планируем новые стратегии для увеличения лидогенерации на основную услугу.

Выводы

1. В период рекламной кампании было проверено **более 5 сегментов аудитории**. Самый эффективный результат показала аудитория с контекстными запросами, **те кто в течение 30 дней интересовался запросами в Интернете по установке брекетов**.
2. Выгодные дополнительные бонусы дополнительно стимулируют аудиторию и **повышают конверсию в заявку**.

15 981,01 Р
итого потрачено

213 шт
кликков

75,02 Р
стоимость клика

15 шт
кол-во лидов

7,04%
конверсия в лид

1065,4 Р
стоимость лида