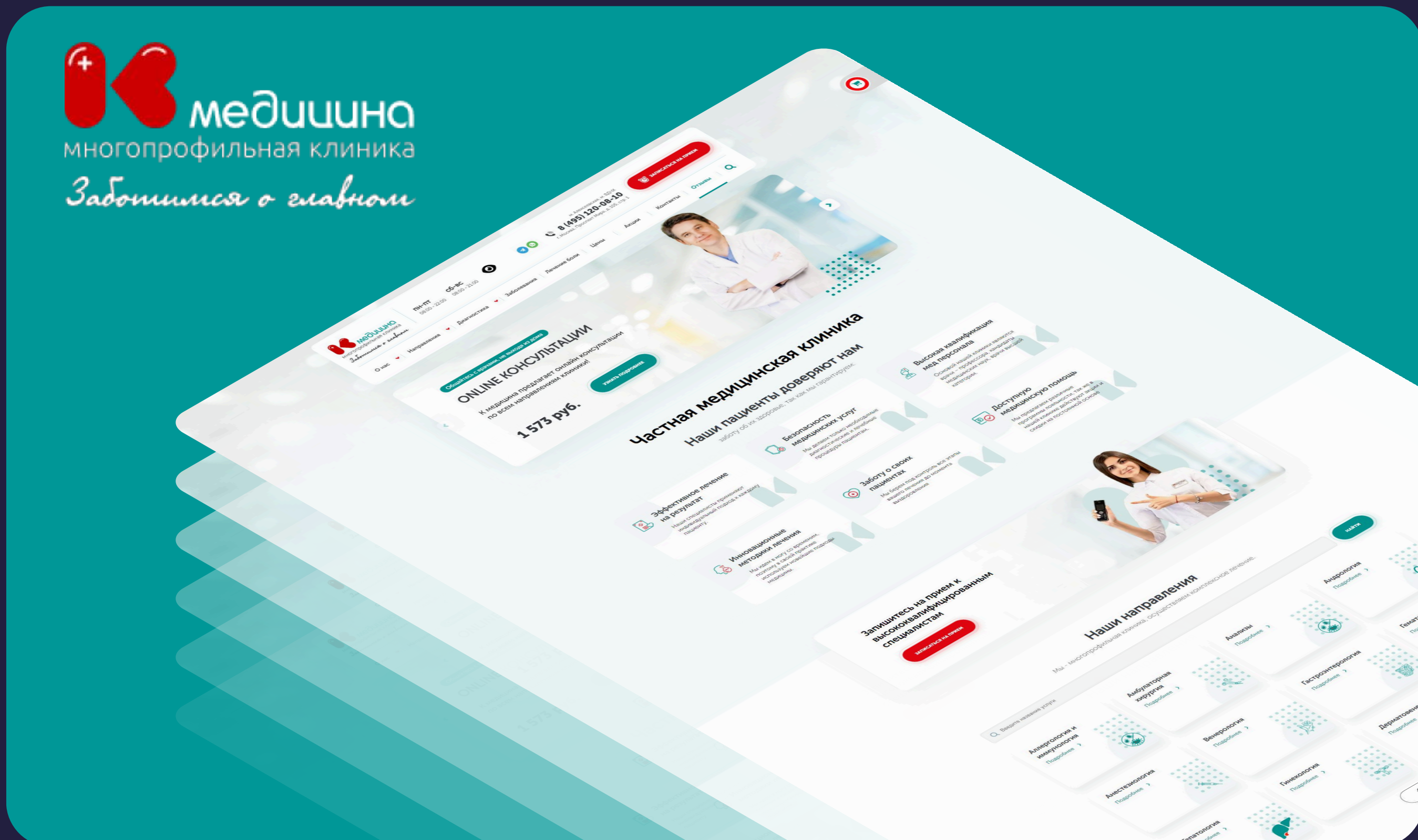


# Кейс "К-Медицина": разработали сайт с помощью современных маркетинговых исследований для многопрофильной клиники

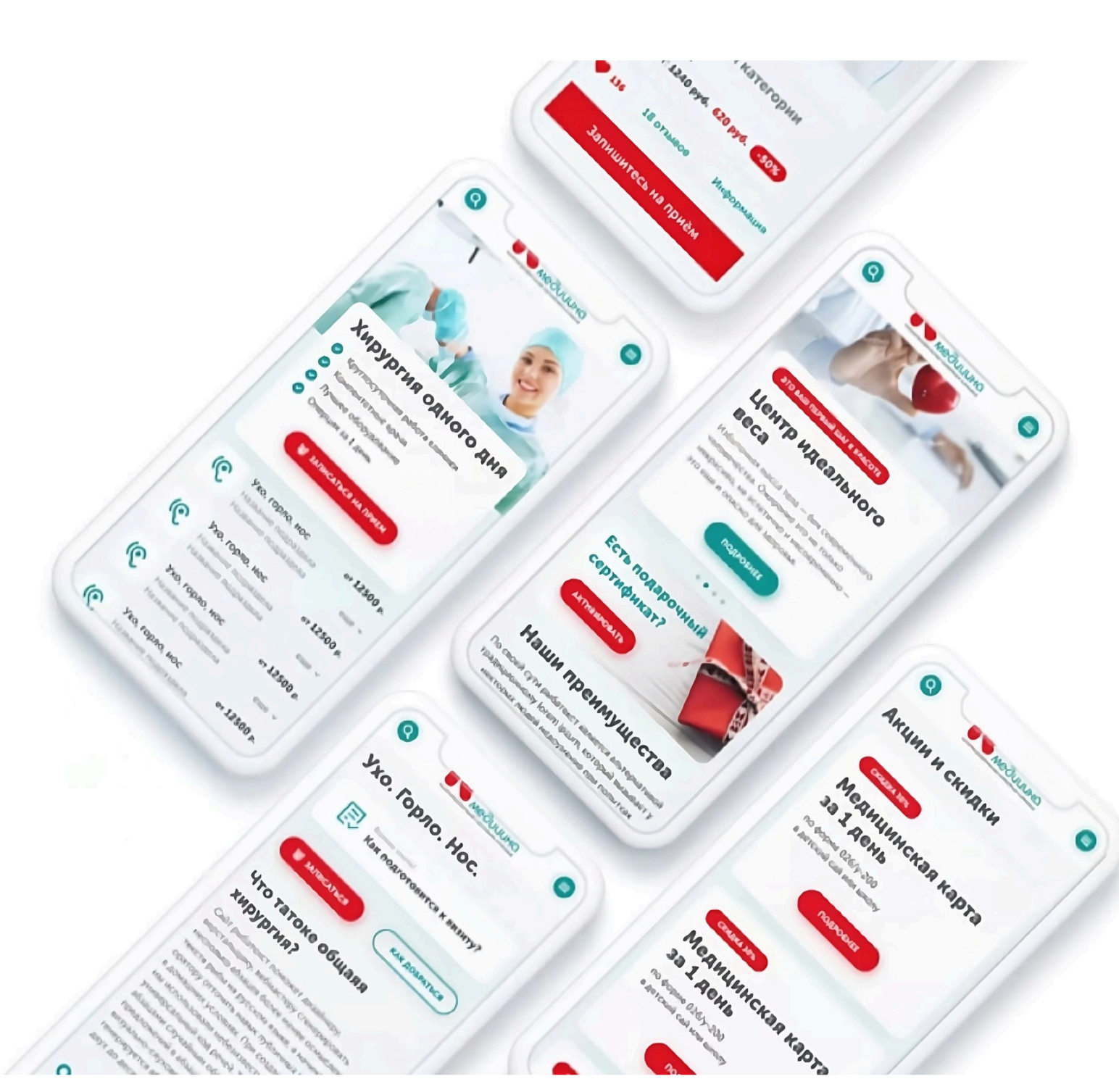
Новый дизайн сайта для одной из старейших многопрофильных клиник Москвы

2017 Разработка сайтов



## Коммуникация

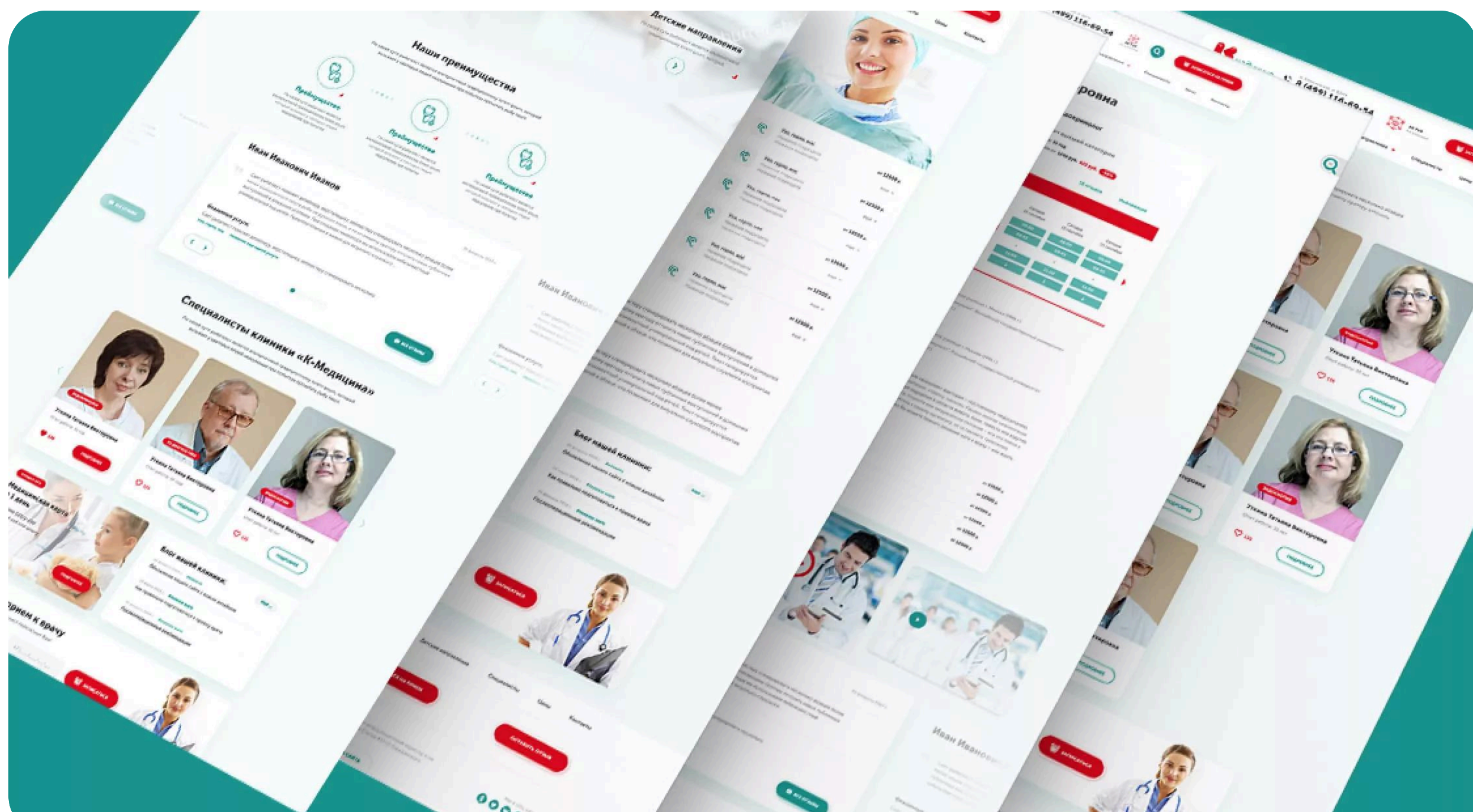
Чем больше вариантов коммуникации – тем лучше. Не все хотят звонить и общаться по телефону. Мы продумали этот момент и вставили блоки с выбором времени приема прямо на персональных страницах докторов. Теперь в 2 клика можно записаться на конкретную дату к выбранному врачу, даже со смартфона.



## Графика и палитра

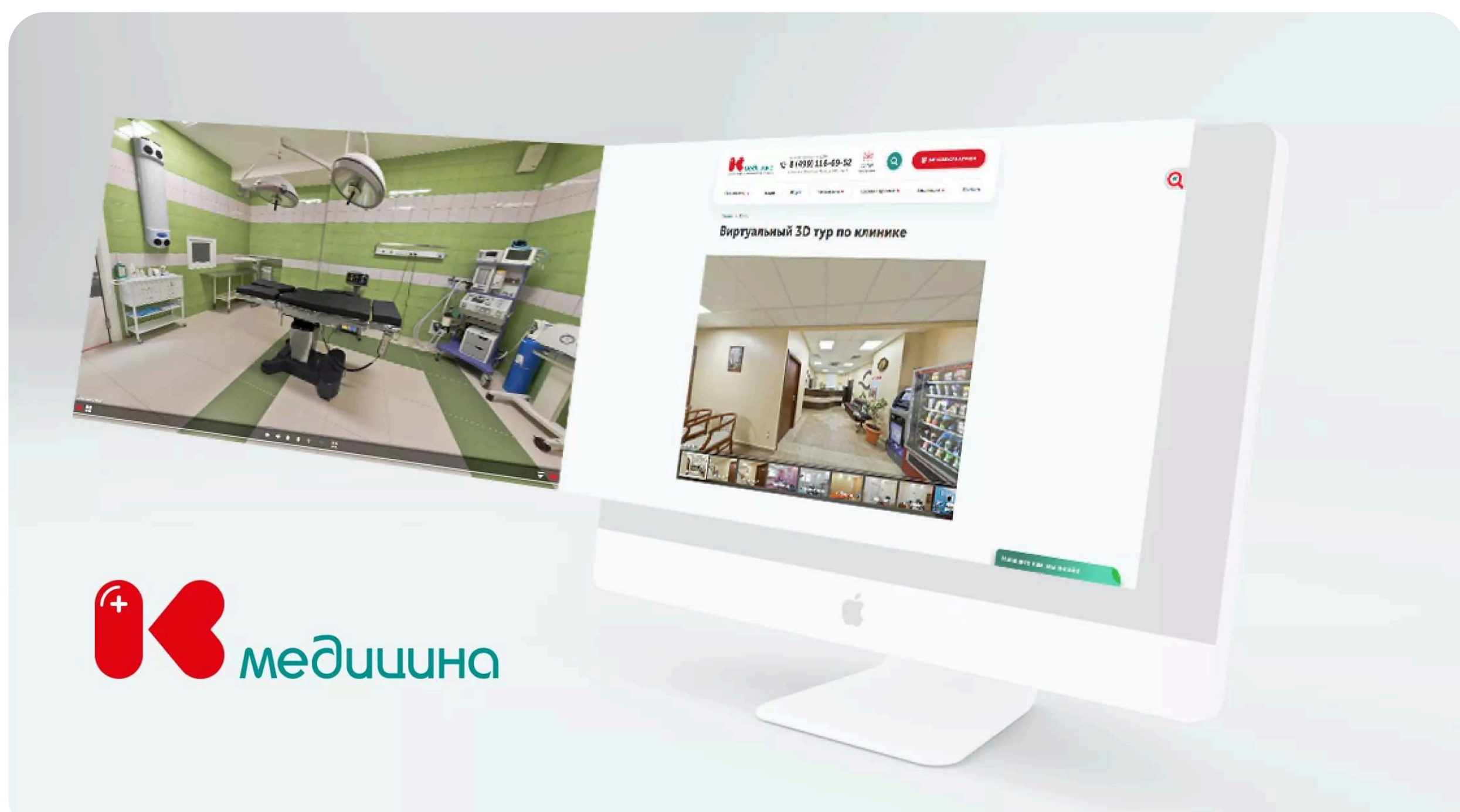
Традиционное красно-белое «медицинское» сочетание мы дополнили мягким аквамарином, именно он пошел в логотип клиники и подчеркнул заголовки типовых страниц и блоков. Все СТА-элементы – ярко-красные, здесь без компромиссов.

Текста на сайте достаточно много, и он важный. Поэтому нашим решением стала игра контрастов: крупные черные заголовки чередуются с основным текстом спокойного серого оттенка. Формируя цветовую гамму сайта (дескрипторы, фотографии, фон), мы также остановились на светло-сером. И это не случайность, а психология. Строгость, профессионализм, контроль – то, что нужно.



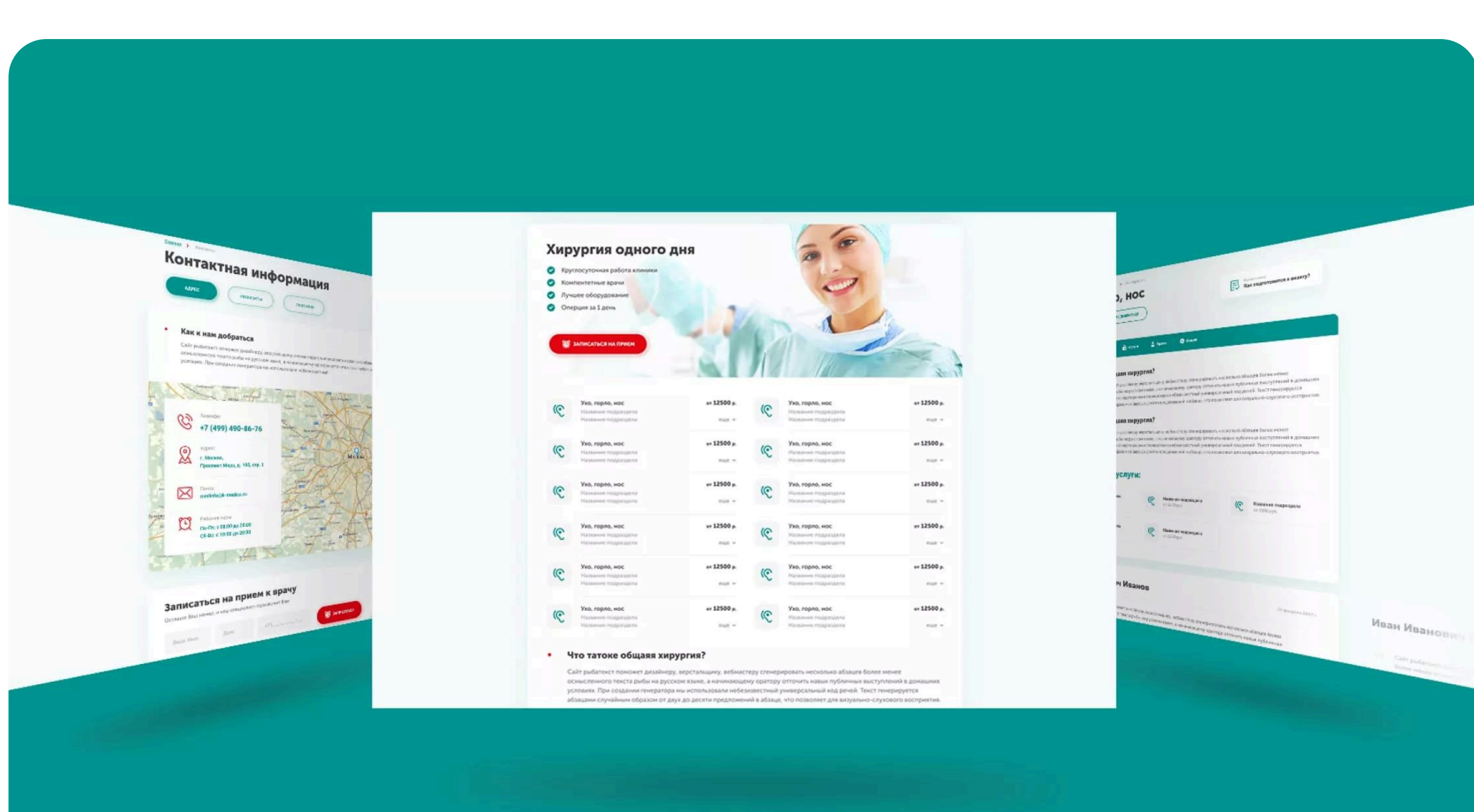
## Визуализация

Большинство клиник до сих пор пренебрегают фотографиями интерьеров и оборудования, заставляя клиентов доверять на слово. Скромность здесь ни к чему, и мы создали потрясающе подробный 3D-тур по клинике. Пользователь буквально может оказаться внутри: увидеть каждый кабинет, пройтись по коридорам и самому оценить современное оснащение и приятный дизайн. Эта опция заняла почетное место в шапке сайта.



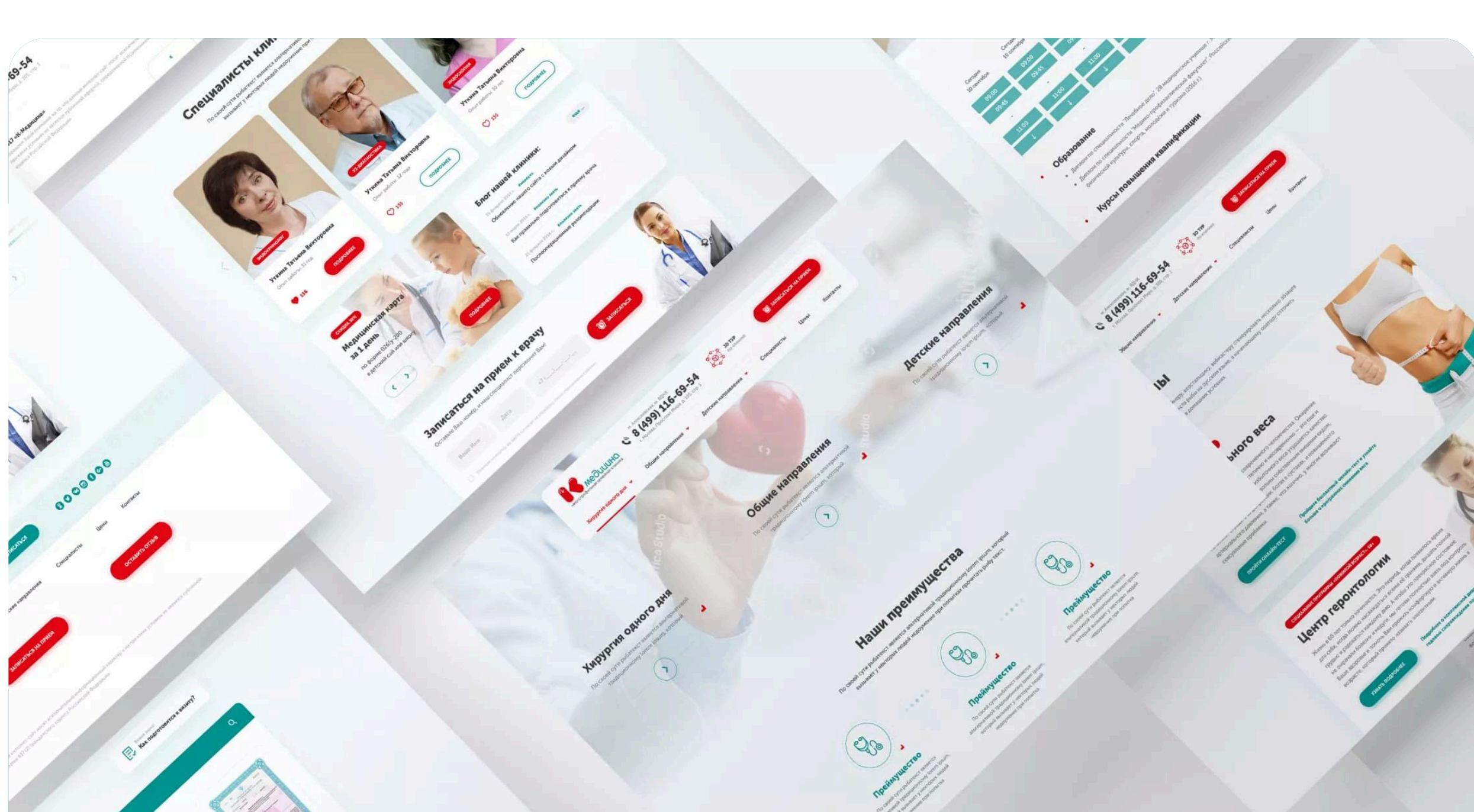
## Навигация

Во всем мы двигались от потребностей пользователя. Подсказки в виде оригинальных иконок, удобные фильтры, названия разделов – все сделано, чтобы клиенту было не только понятно, но и комфортно. Например, мы не стали перегружать меню разделом «Цены», а соединили его с «Услугами». В «Контактах» сразу можно найти все лицензии и реквизиты. Наш отдел UX-дизайна всегда на страже: на главной странице – только главное.



## Важные мелочи

Забота о пользователе – в мелочах. Можно просто указать адрес клиники, а можно сделать раздел «Как добраться» настолько подробно, что указать в какой вагон поезда лучше сесть, если вы едете на метро. Мы не постеснялись быть занудами, добавили даже видеоинструкции. Результат не заставил долго ждать – попали в топ-3 медицинских клиник по времени пребывания пользователя на сайте. А это серьезный показатель качества ресурса.



## Итог

Работая над проектом для многопрофильной клиники, мы учили современные маркетинговые исследования в этой нише: избавились от стандартных ошибок, продумали навигацию, закрыли потребности клиента по многим вопросам. Идеальный сайт? Для нас это реальность.