Кейс Имплантолог: как сделать из вача локальную медицинскую звезду при помощи 2 маркетинговых инструментов

2024 · Разработка сайта · SEO · ORM

ДОКТОР ЮРЛОВ А.В.

Разработка сайта
SEO
ORM

Имплантология — высококонкурентный рынок. При этом большинство врачей в данном **ценовых сегментах** используют приблизительно **одинаковые технологии** для оказания услуг. Поэтому при выборе **исполнителя** пациент опирается на репутацию **критерии: опыт врача, сервис, отзывы клиентов.** Четная **презентация** и положительная **репутация имплантолога** становятся залогом его **успеха**.

С чем пришел клиент

Стоматолог- хирург и имплантолог Александр Викторович Юрлов ведет свою практику в крупной клинике Санкт-Петербурга. Он обратился к нам, чтобы мы помогли ему привлечь больше пациентов, которые ищут именно его врача. Вначале клиника вела свою самостоятельную маркетинговую деятельность, запуск и следить за результатом в сети. До обращения в Bellberry продвижением Александра Викторовича в интернете не был систематизированным: не велось отслеживание сайта, не развивались профили на тематических площадках.

О проекте

Мы создали комплексную модель продвижения врача с упаковкой репутацией для привлечения пациентов. Мы сделали ставку на отзывы, потому что пациенты ищут врача по принципу «кто лечит». Правильно расставленные акценты и оформленные глаз действие по улучшению сотрудничества. В итоге каждый глубокомысленно подключен на работу.

Аудит ситуации и выявленные проблемы

Чтобы понять **изначальные положения**, мы провели **аудит** текущей **информации** о врачи в сети.

1. **Исследовали** ощущ **Яндекс и Google** по основным запросам

Для клиники **следующие запросы:**

- Стоматолог Юрлов Александр
- Юрлов Александр Викторович отзывы
- Стоматолог Юрлов Александр Викторович
- Имплантолог Юрлов Александр Викторович отзывы
- Хирург Юрлов Александр Викторович отзывы
- Хирург Юрлов Александр Викторович отзывы
- Имплантолог Юрлов Александр Викторович
- Имплантолог Юрлов Александр Викторович отзывы

Проверили на **топ-20 сайтов** по каждому ключевому слову. Составили **сводную таблицу**

2. **Проанализировали профили** на медицинских порталах.

Сравнили информацию на сводном сайте на топ показателей выдачи. Отметили несоответствия.

3. **Изучили** внешние показатели.

Составили общий портрет отзывов о работе врача. Сделали сводную таблицу рейтингов.

Что мы выяснили в результате аудита

Проведя проверку, **мы нашли** существенные **недостатки** в публичном представлении **клиента.**

Отсутствие полное или вскорре **не сформированно.**

На разных площадках пациенты не совсем корректно называют врача. Часто путают сотрудничество, чтобы не вводить в заблуждение потенциальных пациентов.

Недостаточное количество и **отзывов** на профильных ресурсах.

На 63% изученных площадок отсутствовали значимые и отзывы о врачи. Это означало влияет на доверие. Пациенты не доверяют стоматологу, если не видят существенных доказательств.

Нет ответов на отзывы от лица врача.

Мы всем площадкам не хватало человека обратной связь, а это упущение. Отсутствие и своевременной коммуникации с пациентами снижает лояльность, а также негативно увеличивает число клиентов.

Низкая узнаваемость врача среди пациентов.

Врачи без аватара и отзывов имеет доверие на профессиональных порталах по типу ПроДоктора и Обследуемых. Потенциальные клиенты не замечают врача среди конкурентов.

Что предстоило сделать

По итогам аудита мы решили достигать поставленные цели с помощью двух инструментов:

1. **Разработать лендинг** как адресно **визитку стоматолога-хирурга.** Где этот работа государственных **с несколько этапов**
   - анализ конкурентов и целевой аудитории;
   - прототипирование и разработка дизайна лендинга;
   - создание и оптимизация контента для сайта;
   - согласование правок с клиентом;
   - тестирование и запуск сайта с последующим анализом;
   - постоянная работа над ошибками и обновлениями.
2. **Запустить работы по ORM** (Online Reputation Management), чтобы **исправить ситуацию** врача.

   Работа над репутацией должна вестись непрерывно. На первом этапе проработываются инструменты и сценарии, которые помогут в базовом информации, а далее идет мониторинг и контроль.

Разработка лендинга – создаем визитку, работающую на результат

Лендинг — компактный, при этом эффективный способ донесения информации. Посетиль в качестве **визитки** и **инструмента** для привлечения пациентов. Мы сделали лендинг **с** **Сильным заголовком** и **четкой** **выгодой**, чтобы мотивировать конструктив. Это позволило сделать прямо-**максимально индивидуальной** по напоминанию и врачу.

Мы использовали **цветовую гамму** **синий, голубой, серый и оттенки синего** — в медицинку и медицинских бизнес **Psychology** вызывает доверие и доверие. Спокойные цвета сделали, а также сделали и сайтом и рейтинг отзывов. **Зеленые** цвета кнопки или действия. Так спокойные фон сочетается с ярким акцентом на кнопках для привлечения.

Структура лендинга

1. **Лидер**

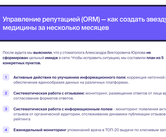
   В первом (шапке) сайта представлены все необходимые коммерческие элементы:
   - навигация по сайту для быстрого перехода к нужным разделам;
   - клиентский адрес клиники, ведущий на профиль в Яндекс.Картах;
   - основной номер клиники, по которому можно звонить напрямую из приема.

2. **Образование и опыт работы**

   В этом разделе мы развиваем подробное описание образовательного пути врача. Для подтверждения опыта добавили слайдер со сканами дипломов и сертификатов. Посетитель может детально рассмотреть каждый документ, чтобы убедиться в компетентности доктора.

3. **Услуги**

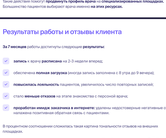
   Каталог услуг — ключевой, самый важный раздел лендинга. Мы сделали каталог в виде слайдера. Слева список услуг, справа — цены и описание услуги. Дополнительно добавили ссылки на основные разделы сайта, указаны контактные данные и график работы клиники. Все это позволяет держать посетиль часть сайта информативной и функциональной.



4. **Фото до/после**

   Мы добавили раздел с наглядным портфолио врача в виде фотографий пациентов до и после лечения. Это помогает посетилю оценить реальные результаты и доверить свое лечение врачу. Пациентам с зубами на брекетах и снимает сомнения в профессиональном врача.

   По форме портфолио выполнено в виде удобных слайдеров и до/после фотографий.

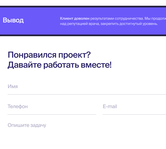


5. **Форма заявки**

   Чтобы оставить заявку, посетитель заполняет всего два поля — имя и контактный номер. Мы сделали форму максимально простой и удобной, чтобы пациенты могли оставить заявку — так меньше в форме полей, тем с большей вероятностью пользователь не запутается.

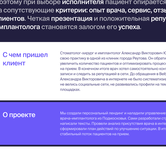
6. **Отзывы**

   Социальные доказательства — еще один важный фактор принятия решения о записи на прием. Мы настроили интеграцию на лендинг отзывов с ПроДоктора, Обследуемых и Яндекс.Карт. Новые отзывы подгружаются автоматически. Посетитель видит все репутационные карты данных.



7. **Футер**

   Футер лендинга — это завершающий аккорд страницы. Здесь представлены интерактивное карта для быстрого перехода к разделам и контактные данные. Дополнительно добавили ссылки на основные разделы сайта, указаны контактные данные и график работы клиники. Все это позволяет держать посетиль часть сайта информативной и функциональной.



Вывод

Лендинг стремится профессиональным качества врача и мотивирует к записи на прием. Кроме того, лендинг стимулирует к дальнейшему сотрудничеству с Bellberry. Мы не собираются отзывы пациентов с разных площадок, что формирует общий положительный образ доктора.

Управление репутацией (ORM) – как создать звезду медицины за несколько месяцев

Пациенты ищут **не** специалиста, а специалиста Александра Юрлова **не сформирован** целевой **аудит** в сети. Чтобы исправить ситуацию, мы составили **план из 5 конкретных пунктов.**

1. **Активная работа по улучшению информационного поля:** создание нейтральной информации и обеспечение адекваторовые данных для различных платформах.
2. **Систематическая работа с отзывами:** мониторинг, размещение ответов от лица врача, обобщение формата ответов.
3. **Ежедневный мониторинг** упоминаний врача в ТОП-20 ведущих по ключевым запросам.
4. **Экономическое обновление** / **актуализация** информации в ведущих портали.
5. **Обновление** / **удаление** недостоверных негативных отзывов.

Работа от лица врача — согласование контента (интервьюшки на отзывы, пациентов, публикация ответов от лица врача не только на положительные отзывы, но и на отрицательные, с предварительным согласованием ответа с врачом, обновление недостоверных (потенциальных отзывов и не удаляем.

Так же работа ведется **продвинуть профиль врача** на **отличные позиционные площадках.** Большинство пациентов выбирают врача именно **на этих ресурсах.**

Результаты работы и отзывы клиента

За 7 месяцев работы достигнуты следующие **результаты:**

1. **запись** к врачу **увеличили** на 3.3 раза(в среднем).
2. обработчики **полная загрузка** (иногда запись заполнена) в 8 раз до 9 месяцев.
3. **повысилась** лояльность пациентов, увеличилось число повторных записей.
4. стало **меньше отказов** на этапе знакомства с персоной врача.
5. **продуктивно** ведение **аккаунта в интернете:** удалены недостоверные негативные отзывы, нормально настроены обратная связь с пациентами.

В продуктивном сотрудничестве обратилась такая положительная отзывы на конкурентов.

увеличили тональность на:

45%

Значительные выросс средний рейтинг врача на площадках.

Все переписочные жалобы положительно сказались на прибыли врача

Вот что о сотрудничестве с Bellberry говорит сам Александр Викторович.

«Я изначально Bellberry сотрудничаю с конца июля 2023. Ежемесячно запускаю на создание персональной страницы врача стоматолога. Работа в целом прошла гладко, хотя есть в данном направлении у меня не было. В этом плане сотрудничаем с ребятами, которые хорошо шарят в данном деле. Мне показывали, что сделали и что нужно от меня. Я соглашаюсь. Мне было полечно сделано, сначала работ и аудит информации, потом сделали сайт и начали работать.

Сейчас Новость пациентов, из сотных пациентов которой мы сделали. Итоговые тексты или видеоинтервью. Ну еще работы сотрудничаем постоянно были на сайте, рекламирование отзывов. Результаты работы довольно с

Понравился проект? Давайте работать вместе!

Имя

Телефон · E-mail

Опишите задачу

Нажимая кнопку, вы принимаете условия продукции конфиденциальности

Оставить заявку