



НОВОМЕД
МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР

НовоМед (июль- сентябрь 2017)

ИРИНА ОРЛОВА – МАРКЕТОЛОГ, СПЕЦИАЛИСТ ПО
МАРКЕТИНГОВЫМ КОММУНИКАЦИЯМ.

О компании

НовоМед (г. Магнитогорск) – многопрофильный медицинский центр, образованный в 2016 году.

Позиционируется как центр нового поколения с самой современной техникой, лучшими в городе врачами (с самой высокой квалификацией) и сервисом на высочайшем уровне.

НовоМед совмещает в себе большой спектр услуг: это прием у различных специалистов, диагностика, сдача лабораторных анализов, выдача справок и т.д. Отличительными особенностями являются диагностическое отделение с самыми современными аппаратами не старше 10 лет: МРТ, МСКТ, эндоскопией и т.д и уникальное онкологическое отделение, куда приезжают врачи из областного центра.

НовоМед – самый молодой многопрофильный медицинский центр в городе.

Ранее продвижением в интернете кусочно занимался специалист. Было решено составить стратегию, основанную на комплексном подходе.

Цель и результат

Период работы: 2 месяца.

Цель: Увеличить узнаваемость компании.

Результаты:

- Увеличение прибыли и количества посетителей на 20%.
- Увеличение количества запросов в Яндекс на 36%.
- Увеличение узнаваемости в городе.
- Увеличение доверия к центру.

Проведенные работы

Выработка стратегии

Было изучено текущее позиционирование клиента, проанализировано УТП и услуги конкурентов, выделены сегменты целевой аудитории. На основе проведенной работы была выработана общая стратегия маркетинговых коммуникаций на период 2 месяца. Далее были написаны стратегии под каждый инструмент.

На основе стратегии, было решено использовать набор инструментов маркетинговых коммуникаций, описанный на следующих слайдах.

Проведенные работы. Реклама

Реклама использовалась для того, чтобы познакомить аудиторию с главной фишкой центра – самым мощным аппаратом МРТ в городе. Было решено выбрать рекламу на баннерах, щитах и световых экранах. Везде транслировалось одно и то же сообщение. Для размещения были выбраны места образования пробок, по пути следования сотрудников местного производства и за городом, рядом с коттеджным поселком и горнолыжным центром.

Кроме того, реклама с акцией была размещена в местном глянцево-м журнале «На все 100», который бесплатно распространяется в городе.

Также была использована реклама в 2ГИС для увеличения узнаваемости аудиторией.

Проведенные работы. Директ-маркетинг

На начальном этапе директ-маркетинг посредством Viber-рассылки использовался для оповещения о проведении акций и для обеспечения загрузки части врачей.

Проведенные работы. Работа с репутацией

Необходимо было с самого начала сформировать хорошую репутацию, вызвать доверие у потенциальных клиентов и транслировать экспертность учреждения.

В качестве работы с репутацией использовался портал ProDoctorov, где были размещены отзывы о центре и врачах, подключена возможность записи через портал. В целом, все комментарии носили положительный характер.

Была придумана форма для сбора отзывов в самом центре для дальнейшего использования в социальных сетях.

Проведенные работы. Стимулирование сбыта

В качестве стимулирования сбыта была выбрана акция на прохождение одной из самых востребованных процедур – МРТ позвоночника (скидка более 50%).

Информация об акции распространялась через сервис «Акено», соц сети, рассылку в Viber, рекламу в местном журнале, клиники, занимающиеся лечением позвоночника и администраторов на ресепшн.

Проведенные работы. Маркетинг в центре

Для стимулирования повторных визитов, специально для раскладки на ресепшн были созданы буклеты о медицинском центре, где были описаны доступные услуги и преимущества НовоМед.

В дополнение к ним были созданы листовки с объявлением об акции на МРТ позвоночника.

Для экономии на оперативном оповещении клиентов о новых скидках, услугах и премак врачей было решено отвести на ресепшн отдельный стенд, где регулярно появлялись подобного рода сообщения.

Т.к. в одном здании располагалось два медицинских учреждения, в которых можно получить справки, был повешен плакат с приглашением и достоинствами выбора НовоМеда.

Проведенные работы. Социальные сети

Социальные сети использовались для увеличения аудитории и ее оповещения.

Первой задачей стало формирование полезного и интересного контента, который будет привлекать новую аудиторию и знакомить ее с возможностями центра.

Познавательные посты с медицинскими фактами, мифами и открытиями перемежались с продающими постами о доступных услугах, а также о высокой квалификации врачей и новейшем оборудовании. Все посты были уникальными и выходили один раз в день.

В результате, менее чем за месяц был налажен постоянный поток клиентов, которые узнали о центре именно из соц сетей. Без конкурсов и запуска таргетинга число просмотров увеличилось на 78%, а участников на 31%.

Спасибо за внимание!

Контакты:

Орлова Ирина – маркетолог, специалист по маркетинговым коммуникациям

Viber/Telegram: +79090939061

E-mail: i.s.orlovaxx@yandex.ru

Skype: iorlova33