

Маркетинг и реклама клиники на первый взгляд могут показаться слишком сложным, многоступенчатым и запутанным процессом. Однако, путь к успеху, можно начать с нескольких простых и универсальных шагов, которые являются основой маркетинга любой клиники. Мы называем это «моментом истины». Когда в процессе общения с клиентами к ним приходит понимание, что все достаточно просто и нет никакого «волшебства». Этот «момент истины» наступает тогда, когда мы говорим: «Есть только 6 аспектов, которые влияют на продвижении клиники. Только 6 – ни больше, ни меньше».

1. Рекомендации, отзывы и репутация клиники

Поток пациентов, которые приходят по рекомендации знакомых, друзей в соц.сетях или других врачей, часто является основой для выживания многих частных клиник. И независимо от того, основной это или второстепенный канал привлечения пациентов, он не начинает работать просто так, «сам по себе». Рекомендации других врачей или пациентов не будут повальяться как по волшебству только потому, что у вас хорошая клиника. Чтобы данный канал успешно работал, нужен четкий план действий и грамотно выстроенная система, благодаря которой будет увеличиваться количество рекомендаций Вашей клиники.

2. Интернет-маркетинг

От собственно сайта клиники и страниц в социальных сетях до медицинских порталов и мобильных приложений. Сегодня интернет-маркетинг – это в принципе основной инструмент рекламы и PR практически в любой сфере. В зависимости от того, насколько профессионально Вы используете данный инструмент, будет зависеть, принесет он рост эффективности и прибыль или будет бесполезной тратой времени и денег.

3. Брендинг клиники

Это все что касается того, как по-хорошему выделяться из толпы конкурентов – сюда можно включить практически все действия, которые совершает клиника. Сильный бренд – это часть репутации. Содержательный и эффективный брендинг невозможен без целенаправленных усилий по донесению до целевой аудитории правильных посылов в нужное время.

4. Внутренний маркетинг

Сюда входят все коммуникации с теми пациентами, которые знают кто Вы – это текущие активные пациенты и те, которые хоть раз были у Вас. В зависимости от специфики Вашей клиники и ее положения на рынке, эта группа пациентов может быть отличным источником рекомендаций и отзывов, а также продаж дополнительных услуг.

5. Внешний маркетинг

Это все активные действия, направленные на привлечение первичных пациентов – тех, которые еще не знают о Вас. Вся реклама при этом (контекст, ТВ, радио, наружка и т.п.) нацелена на аудиторию, которой важно узнать, что именно Вы являетесь решением их проблем со здоровьем. Достаточно сложно ошибиться, выделяя бюджет на внешний маркетинг, т.к. практически всегда у такой рекламы высокий ROI.

6. PR

Сюда входит, помимо всего прочего, планирование и создание «информационного фона» о клинике, генерация достаточного количества упоминаний в самых разных источниках: онлайн и офлайн СМИ, социальные сети, форумы и др. Конечный результат оказывает существенное влияние на все остальные аспекты маркетинга клиники.

Итак, «момент истины» состоит как раз в том, что на продажи и конечный успех клиники, по большому счету, влияют только эти 6 пунктов. Используйте этот список, чтобы более

эффективно управлять Вашей клиникой и быстрее достигать результатов.

А чтобы сделать этот процесс еще более эффективным и быстрым – свяжитесь с нами!

Мы – медицинское рекламное агентство полного цикла, уже 14 лет мы помогаем клиникам составлять и реализовывать маркетинговые планы, которые приносят измеримые результаты.

www.m.medsteg.ru