

МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ СТОМАТОЛОГИИ

Климко К.А., Вольмурадов Э.В., Бекмурзаев Б.Т.

УО «Белорусский государственный медицинский университет»

Актуальность: Думаю, вы со мной согласитесь, что наши действия обусловлены тем, как мы интерпретируем значение наших слов. То есть, если мы думаем, что успешный врач — это человек, который пользуется уважением у большого количества людей, то все наши усилия направлены на то, чтобы завоевать уважение пациента. В современном мире часто подменяют понятие успешность и качество выполнения работ. В настоящее время все больше врачей активно используют современные инструменты маркетинга и собственного продвижения. К таким инструментам можно отнести Instagram, Facebook, Вконтакте и др. социальные сети. Также к современным инструментам маркетинга мы отнесем: Поисковая оптимизация – SEO, Контекстная Реклама, Контент-маркетинг, SMM-продвижение в социальных сетях. Поговорим о каждом более подробно.

Цель исследования: Изучить Социальные Сети, методы продвижения в интернет-пространстве, научиться оформлять страницу Instagram

Материал и методы:

Поисковая оптимизация — SEO

Здесь цель проста — добиться оптимальной поисковой выдачи, чтобы при подходящих запросах сайт клиники оказывался на 1 странице, и поближе к 1 позиции. Здесь важно определиться с тем, по каким категориям поисковых запросов будет вестись работа.

Контекстная реклама

Контекстная реклама — тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем или иным контекстом интернет-страниц (лат. contextus — соединение, связь).

Контент-маркетинг

Еще один эффективный ходовой инструмент. Суть — создание качественного контента, рассчитанного на целевую аудиторию компании, с дальнейшим размещением на собственных и сторонних площадках. Конкретно стоматологическая сфера позволяет широко развернуться в этом плане.

Также нужно учитывать то, в какое время и дни выкладывать контент. Так как существует время наибольшей активности пользователей в социальных сетях. Команда Popsters проводила такое исследование в 2018 году, на основании данных 460 млн публикаций в 7 социальных сетях, созданные 580 тысячами различных публичных страниц и групп.

При анализе времени и даты оценивалась средняя активность у публикации в зависимости от времени ее публикации.

Наибольшее вовлечение получили публикации, сделанные в воскресенье. Следующим по активности оказался понедельник. Хуже всего пользователи проявляли активность на постах, сделанных в субботу. В остальные дни недели активность сохранялась одинаковой.

Исследование подтвердило теорию о росте активности утром и в конце рабочего дня. Наибольшую активность пользователи проявляли в 10-11 утра и в 19-20 вечера. Небольшой рост активности наблюдается также в 12 часов дня. Это стоит учитывать, подбирая лучшее время для публикации в Instagram. Публикации, сделанные ночью (с полуночи до 6 часов утра) набирают меньше реакций. Худшее время для публикации — 5 часов утра.

SMM — продвижение в социальных сетях

Поиск хорошего стоматолога — вопрос крайне острый для многих людей. Как только встает такая проблема, первым делом информация собирается по знакомым, и сегодня первый инструмент для получения подобной информации — мессенджеры, соц. сети и т.п. Причем порой сведения добываются не напрямую, а банально просмотром подписок.

Социальные площадки сегодня — место «постоянного обитания» большинства людей. К таким площадкам можно отнести Социальные сети:

1. Instagram
2. Facebook
3. TikTok
4. Вконтакте
5. Telegram

Наиболее популярными и активными социальными сетями являются Instagram и TikTok

Преимущества продвижения в TikTok

Социальная сеть привлекает пользователей своим уникальным алгоритмом. Именно благодаря ему видеоролик может набрать сотни тысяч и миллионы просмотров за считанные часы. Даже если пока у аккаунта совсем немного подписчиков. Нюансы работы алгоритма неизвестны. Но в любом случае заходить на площадку с коммерческим предложением сейчас очень выгодно. Особенно при условии грамотного продвижения.

Продвижение в Instagram

Давайте теперь поговорим про Instagram его продвижение и оформление, а также страницы и контента профиля.

Страница Instagram — это лицо вашей стоматологии. А также при качественном и информативном ведении профиля пациенты будут оценивать вашу стоматологию.

Оформление аккаунта

Собственники клиник часто задают вопрос: «От чьего лица вести инстаграм? Клиники в целом или какого-то конкретного человека?»

Ответ простой. Люди смотрят на людей. Если подписчики понимают, кто конкретно представляет клинику в соц. сетях, то доверие к контенту будет больше. Больше доверия – больше пациентов.

Идеально, если при оформлении аккаунта вы дадите понять, что он ведется от лица врача — собственника клиники. Неплохо, если от лица главного врача. Несколько хуже, если это младший персонал, например,

администратор. И совсем плохо, если на аватаре профиля картинка с логотипом клиники, а в описании общие слова:

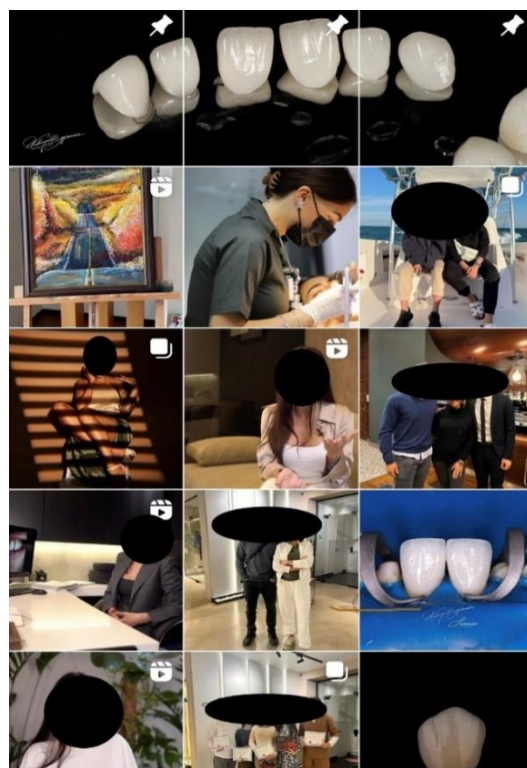
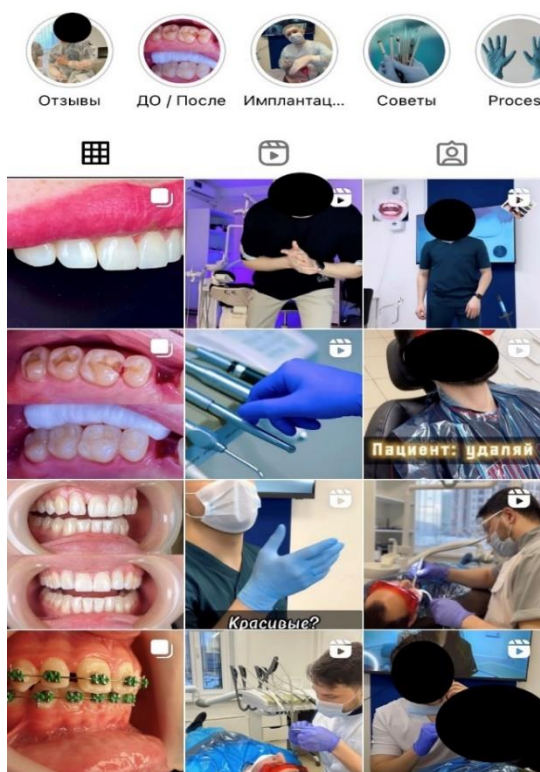
Таким образом, абсолютно не понятно, кто ведет этот аккаунт. Получается, мы не используем триггер «ответственность» и продвижение стоматологии в инстаграм будет иметь меньший эффект.

Триггер – это психологический прием, который побуждает пациента к нужному нам действию. Триггер «ответственность» в медицине – это когда вы показываете человека, который ответственный, например, за качественное лечение пациентов.

Кроме этого, в описании аккаунта нужно написать о ключевых преимуществах клиники. И так как места для этого, там не так уж и много, писать нужно коротко и по делу. Только самую суть.

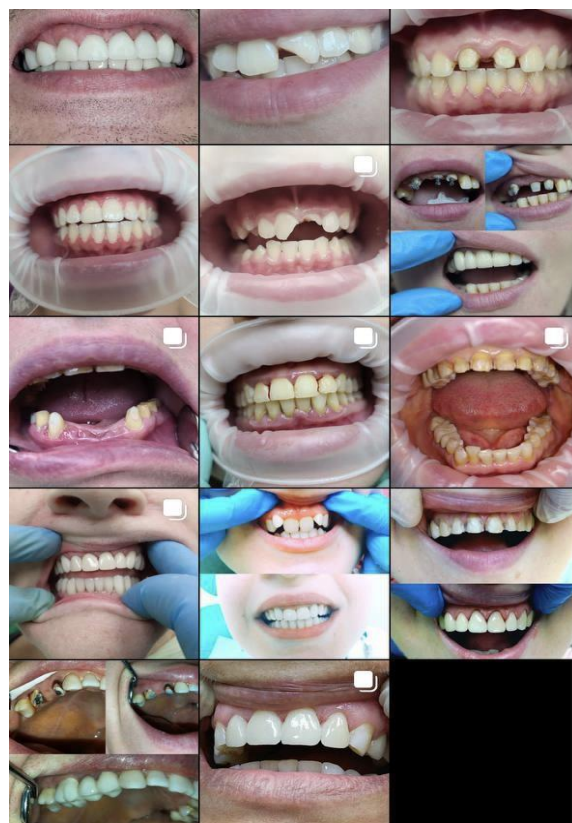
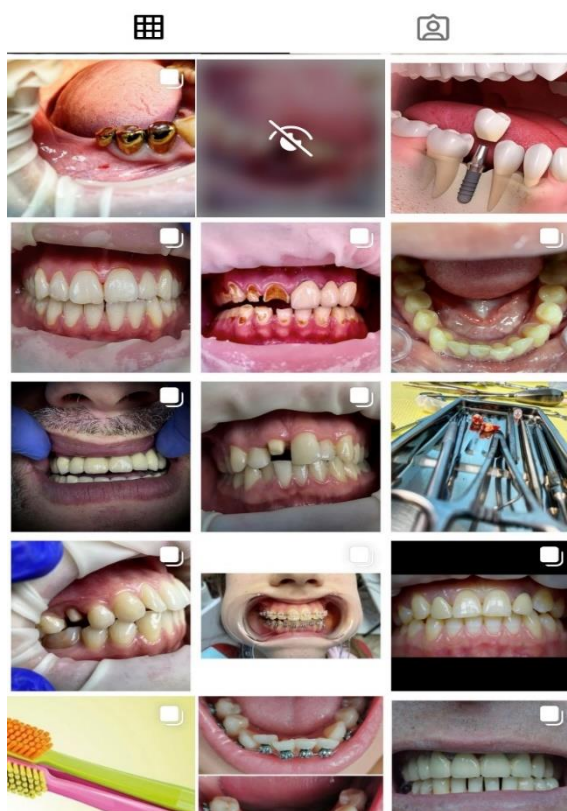
Результат Исследования:

Обзор страниц Instagram



Страницы с оформлением

Страницы без оформления



Заключение: Профиль Instagram можно вести по-разному: продумывая контент, оформление страницы, учитывая все особенности и рекомендации, которые указаны в этой статье. Либо выкладывать конкретный клинический случай, не задумываясь про оформление и контент, чтобы завлечь аудиторию на свой профиль. Выбор за вами.

Список литературы

1. <https://belberry.net/blog/instrumenty-prodvizheniya-stomatologii/>
2. <https://subbotin.digital/prodvizhenie-stomatologii-v-instagram/>
3. <https://popsters.ru/blog/post/luchshee-vremya-dlya-publikacii-v-instagram/>

КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТОМАТОЛОГИИ

Сборник научных трудов,

посвященный основателю

кафедры ортопедической стоматологии КГМУ,

профессору Исаак Михайловичу Оксману

Казань

2023