

СТРАТЕГИЯ DIGITAL-ПРОДВИЖЕНИЯ ДЛЯ КОМПАНИИ



г.Москва,
ул.Добролюбова д.29/16

www.smirnovdigital.ru

тел.: +7 499 938 62 19



SMIRNOV DIGITAL
агентство интернет-рекламы

Агентство интернет-маркетинга, мы создаем постоянный и масштабируемый поток клиентов из интернета, используя эталонную модель маркетинговой системы.

Более 8 лет на рынке.

Выполняем все процессы: от построения стратегии развития и продвижения до детальной и поэтапной разработки прибыльной системы интернет-маркетинга

Специализируемся на работе с медицинскими учреждениями, клиниками, стоматологиями и др., имеем экспертный опыт в медицине.

Команда из квалифицированных специалистов с опытом работы в нише “Здравоохранение”.

Более 30 кейсов в продвижении медицины



СИММЕТРИЯ



VITALITY
WEIGHT MANAGEMENT ACADEMY



ageclinic
НАУЧНЫЙ ЦЕНТР ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ



SABI
COSMETOLOGY
CLINIC



Мелис
профессиональная косметология

NOVODENTA
СТОМАТОЛОГИЧЕСКАЯ КЛИНИКА



ЭВОЛЮЦИЯ
сеть стоматологических клиник



СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ПРОЕКТА ПО SMART
2. АУДИТ
3. ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
4. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
5. НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

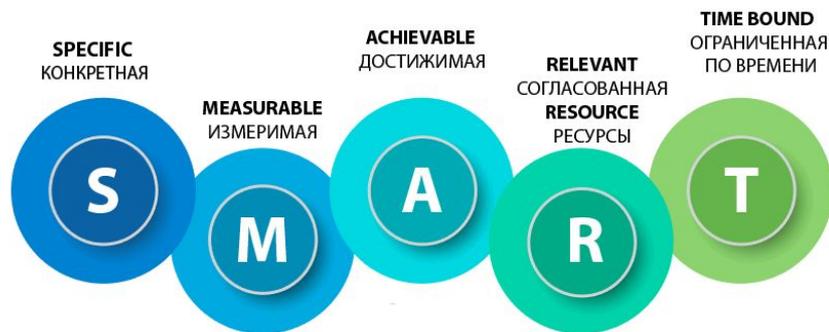
ЦЕЛИ

ПРОДВИЖЕНИЯ

ЦЕЛИ ПРОДВИЖЕНИЯ

Привлечение 50 новых пациентов в месяц на программы ЭКО со средним чеком 150 000 руб.

Ежемесячная желаемая прибыль от потока новых клиентов 7 500 000 руб.





АУДИТ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ

НА КАКОМ МЫ ЭТАПЕ

- Учредители и основатели успешной сети клиник лечения бесплодия пришли к этапу масштабирования в России
- Планируется запуск клиники в самом центре Санкт-Петербурга, с ожидаемыми желаемыми оборотами 90-120 млн.руб/год и средней рентабельностью 20%. Ожидаемая чистая прибыль 18-24 млн/год.
- Сайт находится на этапе создания (текстовая форма), русскоязычные социальные сети отсутствуют, единственная – страница Вконтакте «Донорство яйцеклеток СПб Scanfert»
- Присутствуют уже успешно действующие англоязычные источник: сайт с соблюдением всех принципов маркетинга и страница в Facebook

ЧТО НАМ ПРЕДСТОИТ?

- Произвести территориальный конкурентный анализ и определить конкурентные преимущества
- Провести анализ целевой аудитории и составить аватар клиента
- На основании полученных данных составить рекомендации к созданию Landing-Page, страниц в социальных сетях и настройки рекламной кампании
- Проанализировать продуктовую линейку и сформировать продуктовую воронку
- Подобрать оптимальные инструменты продвижения
- Разработать эффективный конвертер
- Сквозная аналитика
- Дополнительные инструменты увеличения конверсии и совершенствования отдела продаж



АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

ВАШИ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

- **Накопленный за 25 лет опыт**

-В клинике используется весь положительный опыт, который был получен за время существования сети клиник АВА.

- **Новые технологии и научные разработки:**

-Клиника работает в направлении сохранения фертильности у онкологических пациентов. Специалисты владеют техникой аутотрансплантации примордиальных фолликулов пациенткам в стадии ремиссии.

-Специалистами клиники разработаны программы лечения бесплодия с помощью ЭКО при эндометриозе.

- **Современное оборудование:**

- Также в клинике установлена система Log&Guard OCTAX (MTG) для непрерывного внешнего контроля качества в лабораториях ВРТ

- В клинике используется система RI Witness с радиочастотными метками, позволяющая избежать ошибок в эмбриологии, связанных с человеческим фактором.

- **Эффективный протокол ведения программ ЭКО**

-Специалистами клиники разработан протокол ведения программ ЭКО, который позволяет добиться высоких результатов лечения бесплодия.

- **Высокая результативность программ ЭКО**

- Специалисты клиники имеют одни из самых высоких показателей результативности программ ЭКО в России: при подсадке яйцеклеток или эмбрионов беременность наступает в 64% случаев, рождение ребенка – в 54% случаев.

ВАШИ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

- **Профессионально подобранная команда**

- *Главный врач клиники, профессор, д.м.н. Калугина Алла Станиславовна сплотила вокруг себя единомышленников, которые умеют работать в команде, нацелены на результат и полностью ориентированы на успех пациентов.*

- *Высокая квалификация врачей-репродуктологов и эмбриологов*

- *Большинство специалистов прошли стажировку в ведущих европейских клиниках и имеют опыт работы в ведущих клиниках репродуктивной медицины России.*

- **Собственная база доноров ооцитов с расширенными анкетами**

- *Клиника имеет собственную базу доноров, которая уже на сегодняшний день насчитывает более 150 расширенных анкет. Это позволяет использовать для преодоления бесплодия у пациентов, донорские ооциты в свежем цикле. Все доноры тщательно обследованы, регулярно приглашаются на профилактические осмотры и статус донора постоянно отслеживается специалистами клиники.*

- **Наши пациенты отмечают также:**

- *Внимательное отношение*

- *Индивидуальный подход*

- *Удобное расположение в центре города*

КЛЮЧЕВЫЕ КОНКУРЕНТЫ

КОНКУРЕНТ	ОПИСАНИЕ	Ключевой	Прямой	Косвенный
IClinic	Клиника репродуктивной медицины "Ай-Клиник" на сегодняшний день занимает лидирующее место по эффективности (процент наступления беременности) среди 22 клиник ЭКО Санкт-Петербурга, и других регионов Северо-Западного Федерального Округа, работающих в системе ОМС согласно проспективному регистру клиник ВРТ. На базе «ICLINIC» работают четыре кафедры медицинских вузов: 2 кафедры акушерства и гинекологии СЗГМУ им. И.И. Мечникова, кафедра урологии того же университета и кафедра реаниматологии и неотложной педиатрии СПбГПМУ. Для пациентов здесь организована Школа ЭКО.	+	+	
EmbryLife	Центр репродукции с комплексным лечением бесплодия. В основе технология, разработанная доктором Д. Дозорцевым — руководителем самой успешной клиники репродуктологии Advanced Fertility Center of Texas в США. Его работу высоко отмечал Профессор Р. Эдвардс, получивший Нобелевскую премию за создание экстракорпорального оплодотворения. УСПЕШНОСТЬ ЭКО ~ 52,9%. Один из самых высоких показателей эффективности среди всех клиник СПб	+	+	
Аймед	Медицинская клиника «Аймед» специализируется в области лечения женского и мужского бесплодия более 25 лет. В клинике работают высококлассные специалисты, профессионалы с огромным клиническим опытом в сфере лечения бесплодия. Наши доктора прошли обучение в самых лучших медицинских центрах не только Российской Федерации, но и Соединенных штатов Америки, Чехии и Австрии.	+	+	

ОБЩИЙ АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ КОНКУРЕНТОВ

КОНКУРЕНТ	СОДЕРЖАНИЕ БРЕНДА	ЦЕНА	ПРЕИМУЩЕСТВА/НЕДОСТАТКИ
IClinic	<p>Клиника репродуктивной медицины "Ай-Клиник" на сегодняшний день занимает лидирующее место по эффективности (процент наступления беременности) среди 22 клиник ЭКО Санкт-Петербурга, и других регионов Северо-Западного Федерального Округа, работающих в системе ОМС согласно проспективному регистру клиник ВРТ.</p> <p>На базе «ICLINIC» работают четыре кафедры медицинских вузов: 2 кафедры акушерства и гинекологии СЗГМУ им. И.И. Мечникова, кафедра урологии того же университета и кафедра реаниматологии и неотложной педиатрии СПбГПМУ.</p>	<p>ЭКО "Стандарт» 122000 руб. ЭКО "Все включено» 189000 руб. ЭКО "Премиум» 308000 руб. Пакет ЭКО "Транспортная схема"85000 руб. Пакет ЭКО для ВИЧ-инфицированных пациентов156000 руб. АЭКО/ИКСИ в естественном цикле 72900 руб</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Одни из лидеров по проценту наступления беременности + Акцент на важности взаимодействия врача и пациента, этикет + Уделяют внимание не только достижению, но и ведению беременности + На базе клиники работают кафедры ведущих Вузов + Школа ЭКО + Большое количество положительных отзывов + Информационная открытость - Делают слишком большой акцент на сохранении конфиденциальности
EmbryLife	<p>Одна из самых ведущих клиник, с самым высоким процентом в Санкт-Петербурге и Лен. Области.</p> <p>Работают на базе технологии доктора Д. Дозорцева.</p>	<p>ЭКО в естественном цикле с ИКСИ (без стоимости лекарственных средств) 108 300 руб. (позапно) ЭКО + ИКСИ (без лекарственных средств) 124 500 руб. (позапно). ЭКО «Классический пакет» (с лекарственными средствами) 165 000 руб. ЭКО с гарантией (без лекарственных средств) 255 000 руб Отсроченное материнство в естественном цикле (без лекарственных средств) 50 300 руб. (позапно)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Самый высокий процент результативности + Используемая технология с доказанной эффективностью + Возможны разные способы оплаты, от пакетов до поэтапной оплаты - не проработаны офферы и воронка - сложно разобраться в итоговой сумме, т.к. цены указаны с пометкой «без стоимости лекарств» - Малоинформативный сайт - Акцент на используемой технологии
Аймед	<p>Клиника с 28-летним опытом, большим количеством результатов. Хорошие показатели у женщин старшего репродуктивного возраста</p>	<p>ЭКО в естественном цикле 65000 руб. ЭКО+ ИКСИ (без стоимости препаратов) 80000 руб. ЭКО в естественном цикле (при отсутствии яйцеклетки) 30000 руб. ЭКО с использованием донорских ооцитов (донорские ооциты, эко,без стоимости препаратов) 205000 руб.</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Предоставление жилья для пациентов + Большой опыт и спектр услуг + Высокий показатель по двойняшкам - не считается УТП - Слишком длинный прайс

АНАЛИЗ САЙТА И СОЦСЕТЕЙ

IClinic

Сайт выполнен в минималистичном стиле и выдержанной цветовой гамме, которая не несет прямой ассоциации с материнством. Некоторая нагроможденность блоков, визуальна перегруженность.

Не считается УТП, хотя оно есть (Школа ЭКО), из-за отсутствия правильного акцента нет офферов и специальных предложений, динамичности на сайте. Есть блок с отзывами, но они выглядят достаточно сухо. Далее видео-ролик о клинике и обращении главного врача. Не самый цепляющий оффер «Не знаете с чего начать» Работают в нескольких соцсетях, контент выпускается регулярно.

Вконтакте: Ссылка на группу вшита в основное меню на главной странице сайта. Подписчиков больше чем в Инстаграм, посты дублируются, есть чек-листы. Очень низкая активность пользователей.

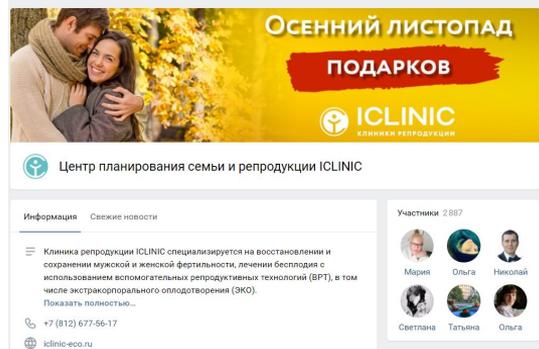
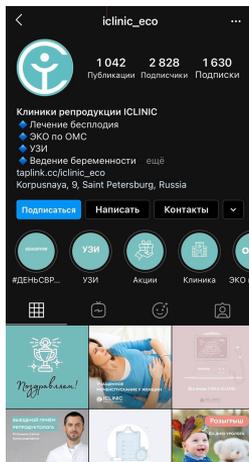
Instagram: Стилистически выдержанная страница. Регулярные посты, анонсы акций, конкурсы, информационные посты и видеоролики с мини-лекциями от врачей. Активность пользователей низкая.

Facebook: Менее активно ведется, но оформлена более грамотно. Обратная связь и активность очень низкая.

Техническая часть:

посещаемость/день 50 человек

источники: 45% прямые заходы, 55% поисковые запросы.



АНАЛИЗ САЙТА И СОЦСЕТЕЙ

Ава-Петер

Классический дизайн сайта, на главном блоке есть слайдер с цитатами ведущих врачей и пруф блок, для демонстрации масштабности клиники, что и считывается как преимущество. Понятная инфографика шагов пациентов, подробные разделы направлений работы и услуг, прайса нет. Нет подробностей о врачах, просто фото и специальность. Очень мало отзывов, в формате просто текста, что удивляет при заявленом масштабе клиники. Маленький FAQ. Форм записи и обратной связи мало и неэффективные. Странный раздел travel assistance, в котором нет ни слова о поддержке в путешествии. Акции нет.

Данный сайт не будет давать положительных результатов в рекламе даже с учетом своей адаптации к мобильной версии. Трафика платного нет.

Социальные сети ведут активно и профессионально, но для русской аудитории. Ссылок на соцсети с англоязычной версии сайта нет.

Instagram: ЦА - русскоговорящая, активное живое сообщество, хороший дизайн, контент дублируется.

Facebook: ЦА - русскоговорящая, небольшое неактивное сообщество, контент дублируется.

Vkontakte: ЦА - русскоговорящая, активное живое сообщество, хороший дизайн, контент дублируется.

YouTube: активно развит, захватывает большое количество аудитории, продвигают видео в рекламном трафике, комментарии не модерятся

Техническая часть:

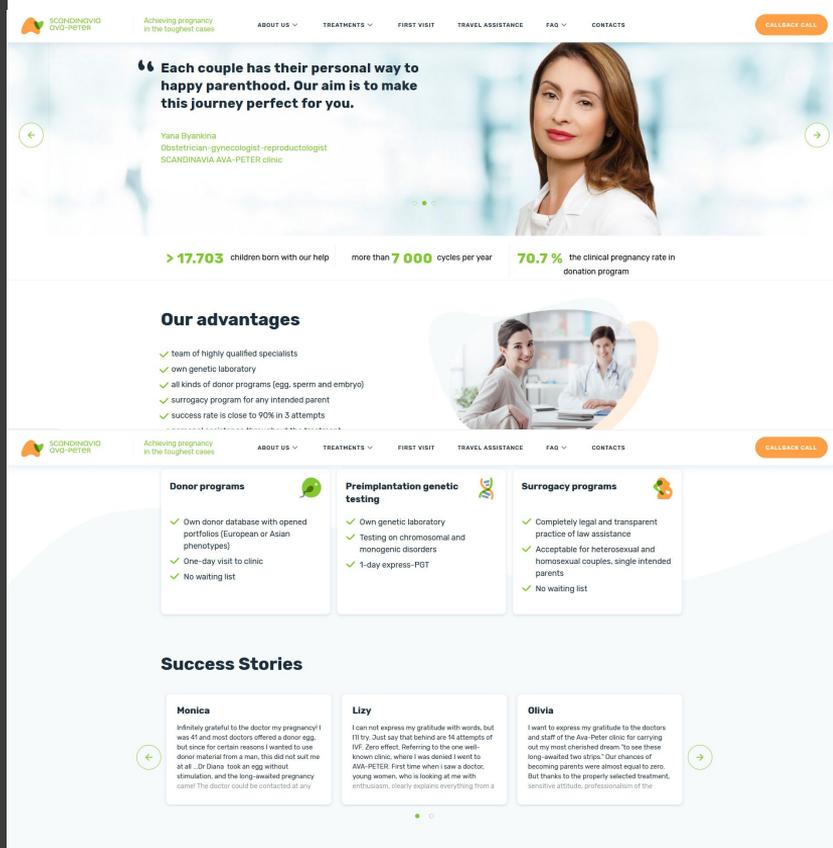
посещаемость/день 210 человек

источники: 38% прямые заходы

61% реферальные ссылки с других ресурсов

2% поисковые запросы

82% трафика РФ



АНАЛИЗ САЙТА И СОЦСЕТЕЙ

NGC

Главная страница сайта с привлекательным баннером, пружблоком результатов работы клиники, и подробным и понятным разделом услуг. Трудно запоминающееся название. Сложно считываемый УТП и ценностное предложение. Недостаточное количество форм записи. Есть прайс, база доноров на сайте, подробно расписанные сервисы.

Отзывов много, все в текстовом формате. Формы захвата на каждой странице, внизу. Трэвел поддержка включена. Своя аптека с оригинальными лекарствами.

Соцсети ведутся регулярно и на русском языке. Лента без дизайна

Instagram: ЦА - русскоговорящая

Facebook: ЦА - русскоговорящая

Техническая часть:

посещаемость 120 человек/день

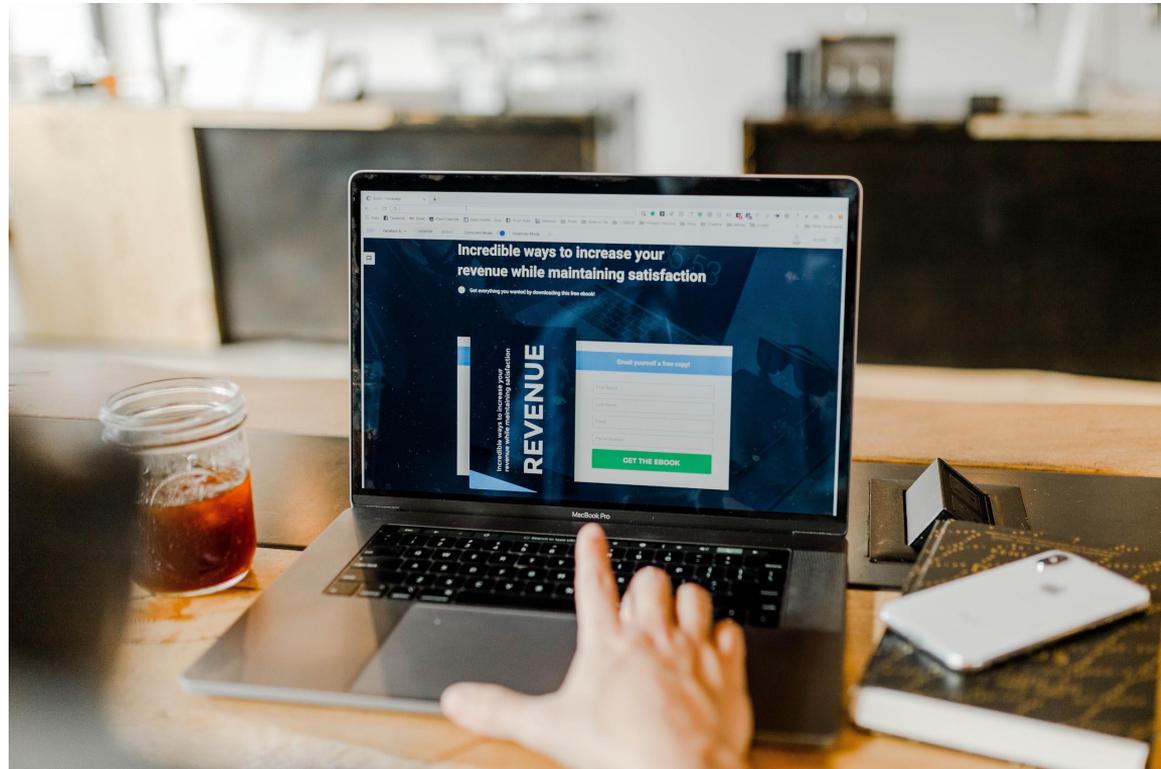
93% трафика - РФ

The screenshot shows the website for Next Generation Clinic (NGC). The top navigation bar includes: About clinics, Services, Prices, Cryobank, Donor database, FAQ, and Contacts. The main banner features a family of six children holding hands on a grassy hill under a blue sky, with the text "Your way to successful pregnancy" and "Find your egg donor". Below the banner is a section for "Egg donation programs" with statistics: 2800 IVF CYCLES YEARLY, 46,7% CPR IN IVF, 74% CPR IN IVF AFTER NGS, and 400 SEMEN AND OOCYTES. The services page below lists: Infertility treatment, Egg (oocyte) donation, PGS for 23 Chromosome pairs, Embryo donation (adoption), For single women, For single men and gay couples, Surrogate maternity, Postponed maternity, and Travel support. A large statistic at the bottom states "3500 IVF CYCLES WILL BE CARRIED OUT IN THE CLINICS IN 2019 YEAR" and "MORE THAN" with a person icon.

АНАЛИЗ ПРОДУКТОВОЙ ВОРОНКИ КОНКУРЕНТОВ

Мы внимательно изучили воронку продаж конкурентов, проанализировали ее составляющие. С результатами вы можете ознакомиться по ссылке ниже.

[Анализ продуктовой воронки конкурентов](#) (кликните по ссылке, чтобы открыть просчет)



АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ. ВЫВОДЫ

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ВАШЕГО ПРОДУКТА

Стильный современный сайт, который требует небольших доработок. Персональное кураторство и сопровождение в клинике. Гарантия живорождения 50%. Сопровождение. Опыт главного врача.

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

Огромный опыт в этой сфере. Готовность работать над сервисом. Возможность предложения скидок и акций. Современное оборудование. Либеральное законодательство. Персональное кураторство пациентов в клинике. Гарантии.

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Отсутствие отзывов и результатов работы, новая на рынке клиника.

КАК ТРАНСФОРМИРОВАТЬ СЛАБЫЕ СТОРОНЫ В СИЛЬНЫЕ

- развитый личный бренд врача, и новая клиника = сильная сторона
- добавление сервиса в стоимость: трансфер - аэропорт-гостиница и обратно, помощь с бронью, забота и сервисы для снятия стресса в волнительной поездке и тд.
- отзывы пациентов на сайте и в соцсетях, возможно собрать отзывы по старым пациентам доктора Калугиной, в идеале в видеоформате. Тщательно собирать все новые отзывы.
- больше информации о врачах и команде, о жизни клиники как только она откроет свои двери под новым названием.
- развивать соцсети и/или блог о фертильности на английском языке. поискать лидеров мнений в этих сферах в Европе с которыми можно сотрудничать.

ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ В БЛИЖАЙШИЕ СРОКИ

- убрать разночтения на сайте
- собрать отзывы пациентов и работать с ними, стимулировать всех новых клиентов на отзывы
- раскрыть информацию о главном враче и других участников команды, подумать есть ли готовность работать над личным брендом(лицом) ведущего врача.
- продумать концепцию развития соцсетей - направление, рубрики и т.п.

ОБЩИЙ АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

	ОСОБЕННОСТИ	ПРЕИМУЩЕСТВА	ВЫГОДЫ
1	Гарантия живорождения	<ul style="list-style-type: none"> - бесплатная первая консультация - подбор индивидуальной программы - гарантия ребенка или возврат 50% денег 	<ul style="list-style-type: none"> - возможность понять насколько подходит врач и есть ли к нему доверие на уровне внутренних ощущений или нет - экономия своего времени - ощущение заботы и заинтересованного в РЕЗУЛЬТАТЕ подхода - гарантия эффективного вложения собственных денег, особенно если используются заемные средства - на уровне ощущений - результат гарантируют профессионалы уверенные в ЭФФЕКТИВНОСТИ своей работы - надежность(!!!)
2	Различные программы, сервисы, лояльное законодательство	<ul style="list-style-type: none"> - быстрая реакция после заполнения онлайн формы - возможность выбора всех существующих технологий для достижения целей, вне зависимости от законодательства(можно все возможное) - подбор лечения исходя из потребностей, а не из законности - возможность удаленной работы - визит в РФ необходим только для трансплантации, все остальные этапы лечения и планирования можно провести без отрыва от дома. 	<ul style="list-style-type: none"> - ориентация на клиента, ощущение индивидуального подхода. - законность=безопасность необходимых мер - ограничения технологий = ограничения науки. Границ возможного нет - в программе нет ненужных анализов, все что нужно можно сделать дома, и ехать за границу только единожды.
3	Ведущие специалисты с огромным опытом	<ul style="list-style-type: none"> - огромный опыт и известность главного врача - прямой доступ к самой известной клинике в СПб(пока роль агентства) 	<ul style="list-style-type: none"> - не нужно искать и читать отзывы в интернете, наш партнер - проверенная известная клиника - лечение от специалистов с колоссальным опытом = надежность
4	Сервисные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - сопровождение и организация поездки 	<ul style="list-style-type: none"> - экономия времени на планирование поездки - безопасность



АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

АНАЛИЗ СЕГМЕНТОВ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (ЦА)

Мы внимательно изучили Целевую аудиторию, проанализировали ее. С результатами вы можете ознакомиться по ссылке ниже.

[Анализ Целевой аудитории](#)

(кликните по ссылке, чтобы открыть просчет)



Хочет разделить ответственность, получить профессиональную помощь и эмпатичное отношение

Боится больше никогда не стать мамой, потерять здоровье и деньги в попытках

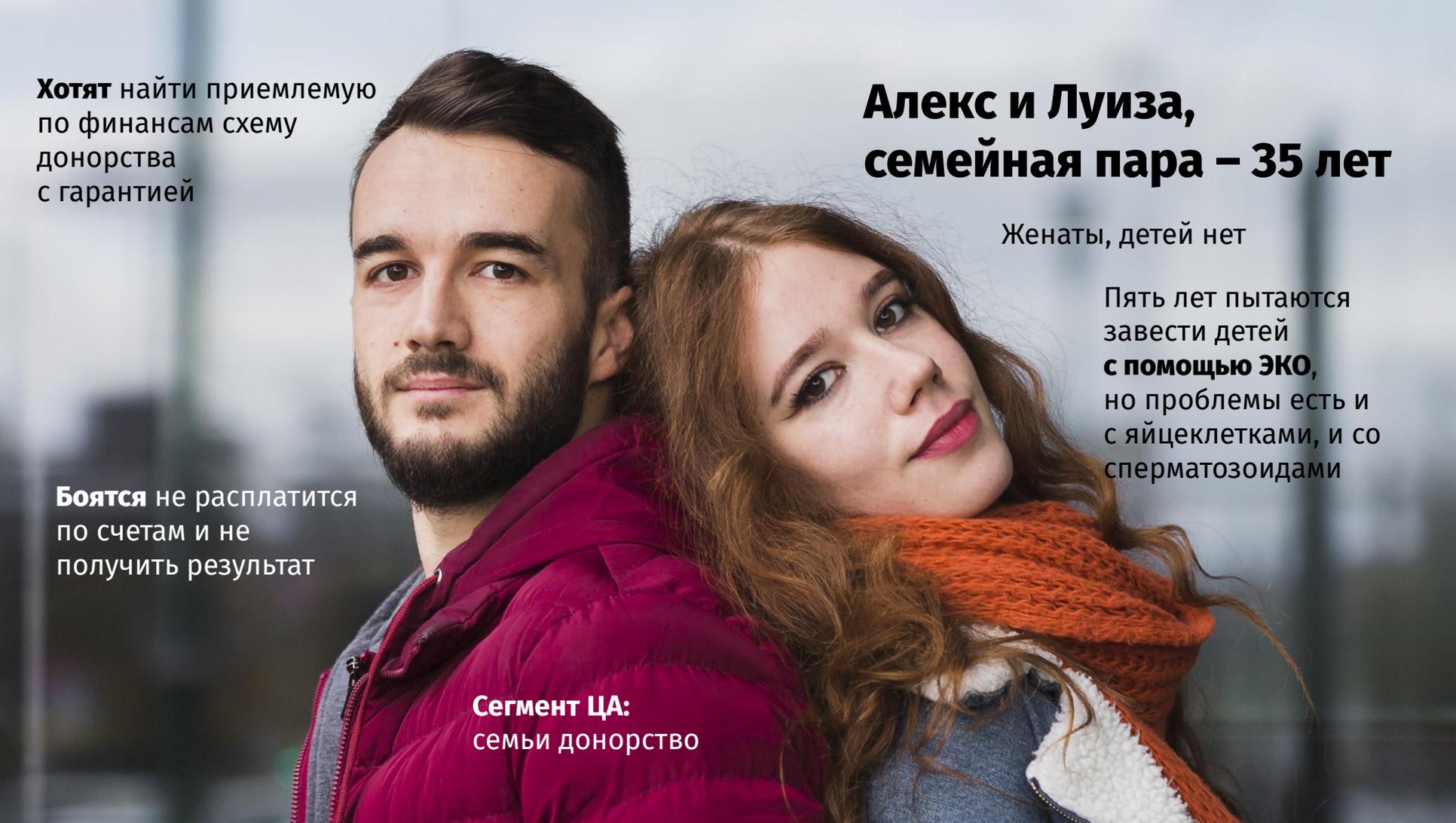


Хэлен, ж – 40 лет

Замужем, один взрослый 20-ти летний сын

Последние семь лет пытаются завести **второго ребенка**, пять из которых **с помощью ЭКО**

Сегмент ЦА:
негативный опыт ЭКО



Хотят найти приемлемую по финансам схему донорства с гарантией

Боятся не расплатится по счетам и не получить результат

Сегмент ЦА:
семьи донорство

Алекс и Луиза, семейная пара – 35 лет

Женаты, детей нет

Пять лет пытаются завести детей **с помощью ЭКО**, но проблемы есть и с яйцеклетками, и со сперматозоидами



Ханц, м – 42 года

Не женат, детей нет

Хочет детей, и понимает что готов на себя взять полностью эту ответственность

Хочет найти женщину, которая родит ему ребенка

Бои́тся не найти подходящую женщину среди ближайшего окружения, а искать иными способами страшно, т.к. сурогатное материнство незаконно в его стране

Сегмент ЦА:
соло родители

Сола и Кейт, ж+ж – 33/34 года

Пара, в официальном браке не состоят по личным причинам. Детей нет

Мечтают стать мамами, но т.к. брак не зарегистрирован, не могут пойти на ИКСи

Хотят найти клинику где можно провести процедуру искусственного осеменения донорской спермой

Боятся, что этого будет недостаточно, и придется идти на ЭКО

Сегмент ЦА:
однополье родители

Алекса, ж – 25 лет

Не замужем, детей нет

Сама была зачата с помощью ЭКО. Хочет стать мамой как только сделает карьеру и встретит мужчину мечты

Хочет быть уверенной, что есть план Б

Боится, что не сможет забеременеть естественным путем когда придет время

Сегмент ЦА:
отложенное материнство



РАБОТА В СОЦСЕТЯХ

РАБОТА С ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ КОНТЕНТОМ

Отзывы пациентов (письменные), видео-отзывы пациентов и известных пациентов, истории успеха пациентов.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОТО

С помощью визуального контента необходимо вызвать в пользователях ассоциацию и отождествление себя с людьми на фото. С помощью легких пастельных оттенков, оттенков сайта, изображение мам с детьми или родителей с детьми.

Референсы фото см. здесь: https://drive.google.com/open?id=1TwJE6eiwYJYQwfbNEDnbTCP_TmdriYMg

РАЗРАБОТАННЫЙ РУБРИКАТОР

Рубрикатор см. здесь:

https://drive.google.com/open?id=1GHZrYmUwUq6g3WOkL_Y3VW4r-N2hDt59



**ПРОДУКТ.ЛИНЕЙКА
И ВОРОНКА
ПРОДАЖ**

ПРОДУКТ.ЛИНЕЙКА КЛИНИКИ

На данный момент, после проведения интервью с клиникой было выявлено, что необходимо продвижение основной программы - программы донорских ооцитов.

Чтобы стать участником программы на данный момент клиенту предлагается прийти на бесплатную консультацию: удаленно или при личной встрече, где закрываются боли и основные вопросы.

Также на сайте есть вебинар, который проходит в определенные дни, и также служит образовательной “прослойкой” на пути клиента к принятию решения.

Также в работе использовалась рождественская скидка, в таргетированной рекламе. Но мы считаем, что настройки были выполнены неэффективно.

Тем не менее выстроенной воронки в рекламе нет. Следовательно, ее необходимо разработать.



ЧТО ВОЛНУЕТ ЦА?

После всех выше приведенных анализов мы сделали выводы, что именно интересует Целевую аудиторию:

- **качество работы специалиста и клиники, проведение процедуры на высшем уровне** (*показываем истории успеха, работу клиники и врача в цифрах, проводим прямые эфиры*)
- **забеременеть с первой-второй попытки** (*говорим о статистике в мире, в нашей клинике, показываем истории успеха*)
- **сохранить здоровье** (*отвечаем на многочисленные “Как...”, даем полезную информацию в образовательном контенте*)
- **ограничения законодательства** (*рассказываем и просвещаем на тему законодательства*)
- **качество доноров в клинике** (*конкретная и понятная информация о донорах и работе с ними*)
- **всеобъемлющий сервис, персональный подход**
- **безопасность, не попасть на мошенников**



ПРОДУКТОВАЯ ВОРОНКА

Зачастую, клиент не готов довериться неизвестному ранее продавцу и купить у него сразу дорогой товар. Именно поэтому грамотно построенная продуктовая воронка - важный элемент Digital-маркетинга.

ЛИД-МАГНИТ

Что-то полезное/интересное бесплатно или за минимальный бюджет



ТРИПВАЕР

Недорогой продукт, который нужен не для зарабатывания денег, а для того, чтобы начать выстраивать финансовые отношения с клиентом. На нем вы можете покрыть стоимость расходов, не больше.



ОСНОВНОЙ ПРОДУКТ

На каждый основной продукт может быть выстроено несколько таких цепочек.



МАКСИМАЙЗЕР

Дополнительная выручка и повышение ценности бренда для клиента

ПРОДУКТОВАЯ ВОРОНКА

ОФФЕР	ЛИД-МАГНИТ	ТРИПВАЕР	ОСНОВНОЙ ПРОДУКТ
<p>КВИЗ - ОПРОСНИК</p> <p>ПРИЗЫВ ПО БОЛИ</p> <p>ВИДЕО-РОЛИК с врачами клиники с субтитрами, длительность 3 мин.</p> <p>(ответы на часто задаваемые вопросы, истории успеха - пациенты клиники)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - купон на бесплатную консультацию (удаленная или очная) <p>Консультация:</p> <ul style="list-style-type: none"> - длительность 1,5 часа, - разбор индивидуально конкретной ситуации - предварительный анамнез ваших анализов для составления плана - рекомендации и план лечения для индивидуально вашего случая - консультацию проводит директор клиники, доктор Алла Калугина <p><i>На консультации закрываем страхи и боли клиента, проводим необходимую диагностику, обсуждаем все возможные варианты возможного сотрудничества.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - чек-листы: <p>Как происходит процедура донорства яйцеклеток. Инструкция от доктора Аллы Калугиной. Скачайте pdf по ссылке.</p> <p>Как выбрать донора правильно. Подробный чек-лист с рекомендациями от доктора Аллы Калугиной. Скачайте pdf по ссылке.</p> <p>Как не ошибиться в выборе донора яйцеклеток? Подробный чек-лист с рекомендациями от доктора Аллы Калугиной. Скачайте pdf по ссылке.</p>	<p>educational package (набор лекций для будущих пациентов) за 49\$</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 видео-лекции от директора клиники, доктора Аллы Калугиной - чек-листы по подготовке к процедурам - лекция от психолога по подготовке к процедуре и дальнейшим действиям <p>платный прием</p>	<p>программа донорских ооцитов</p> <ul style="list-style-type: none"> - скидка на программу

ПРОДУКТОВАЯ ВОРОНКА

ПРИМЕРЫ ИЗ НАШЕЙ ПРАКТИКИ

Продуктовая воронка для клиники “Симметрия”:

ЛИД-МАГНИТ

9 бесплатных советов доктора Павленко при болях в спине

ТРИПВАЕР

комплекс “Обследование + постановка диагноза + План лечения всего за 2000 рублей”

ОСНОВНОЙ ПРОДУКТ

Основной продукт “Курс лечения боли в спине”

МАКСИМАЙЗЕР

Прохождение поддерживающего курса 3 раза в год.

Продуктовая воронка для косметолога:
Акция на первую процедуру - Полный курс -
Поддерживающий курс



ПОЛУЧИТЕ КУПОН
СЕЙЧАС В СВОЕМ
МЕССЕНДЖЕРЕ

САБИ
КОСМЕТОЛОГ

CONSULTATION OF A PROFESSIONAL COSMETOLOGIST AS A GIFT

м. Смоленская, Арбат 54/2, стр. 1, Москва +7 (915) 448-24-34

Консультация косметолога в Подарок 📁 и УЗИ-чистка за 500₽

- ✅ Бесплатная Консультация профессионального косметолога и дерматолога
- ✅ УЗИ-чистка со скидкой 70% – всего за 500₽
- ✅ Гарантия решения ваших проблем или пожеланий
- ✅ Карта постоянного клиента с возможностью оплаты до 100% бонусами
- ✅ Пешком - 1 мин. Адрес: м. Смоленская, Арбат 54/2, стр. 1

Выберите свой мессенджер ниже и нажмите на него, чтобы получить купон в личные сообщения 📩

Messenger

Vkontakte

Telegram

Viber

УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Истинное УТП содержит исключительное свойство, которого нет у конкурентов.

Если такие УТП выделить сложно, можно сформировать уникальный подход/новый взгляд на привычный товар.

УТП формулируется на основе:

- изучения своих товаров/услуг
- изучения целевой аудитории, ее страхов и потребностей
- сравнения себя с конкурентами



! Зона чистой победы:
ваши главные способности отвечают потребностям аудитории

? Зона риска:
борьба за лидерство

X Зона поражения:
конкуренты сильнее вас

Безразличие:
Сражение в тех вопросах, которые не важны покупателю

УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

- мы разработаем подробный план программы за 1 день индивидуально по вашим показателям
- мы даем гарантию живорождения 50%
- мы сопровождаем каждого пациента лично, от первичной консультации до выписки (включая организацию проезда, бронирования отеля и персонального переводчика)
- в программе нет ненужных анализов, все что можно сделать дома, и ехать за границу только единожды
- 90% наших пациенток беременеют с 1й попытки
- каждый донор проходит психологическую и медицинскую проверку по чек-листу, разработанному доктором Аллой Калугиной



ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ценностные предложения описывают преимущества, которые ваши товары или услуги дают потребителям. С помощью сегментации и портретов вы уточняете свое понимание, своего потенциального пациента. Ценностное предложение показывает, как вы намерены создавать ценность вашей услуги.

Вы достигаете соответствия, если обе стороны согласованы друг с другом.



ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Шаблон ценностного предложения

Наша <услуга> помогает <потребительский сегмент>, которые хотят <выполняемая задача>, тем что <действие снижает, избавляет>, и <действие увеличивает, позволяет> в отличие от <конкурентное ценностное предложение>.

ПРИМЕР ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ НАШЕГО КЛИЕНТА

Если написать в рекламе “Доноры ооцитов” — эффективность прихода трафика будет низкой, т.к. в этом сообщении не отражены боли клиента, нет механизма решения задачи, отличий от конкурентов. Проработанное ценностное предложение может выглядеть так:

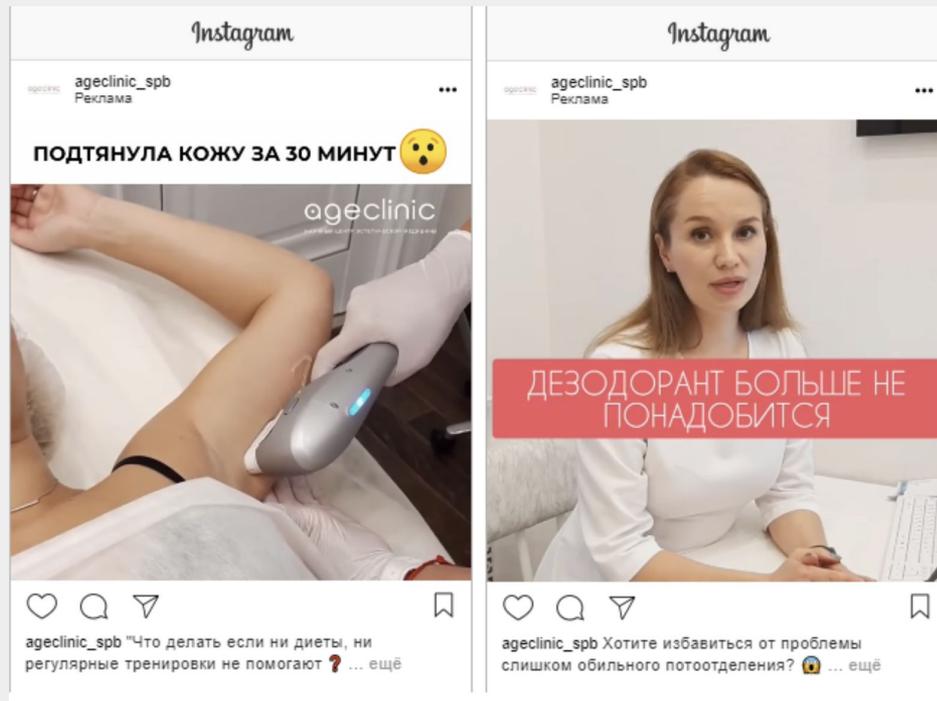
Клиника Scanfert в программе донорских ооцитов ежегодно помогает десяткам людей обрести шанс стать родителями тем, что безопасно и ответственно берет на себя такую важную миссию. Мы эффективно работаем с иностранными клиентами, и считаем, что между странами одна граница, но нет ограничений. Программа донорских ооцитов позволяет безопасно и эффективно, только нужными анализами и диагностикой обрести желаемое счастье.

ОФФЕР

Финальный этап разработки Digital-стратегии - формирование офферов под каждое ценностное предложение с учетом прописанных продуктовых воронок.

Оффер – основа всех продаж, специальное предложение ограниченное временными рамками, от которого клиенты не способны отказаться. Оно должно быть максимально ясным, содержать конкретные цифры, названия, ключевые моменты.

ПРИМЕР РАЗРАБОТАННЫХ ОФФЕРОВ



ВОРОНКА ПРОДАЖ

На основании анализа аудитории, конкурентов, разработанной продуктовой воронки, а также УТП и ценностного предложения формируется авторонка и воронка продаж в соцсетях.

Для Вас мы предлагаем:

Автоворонку:

https://drive.google.com/file/d/18qJuhFYFZsxHPDV_ub1vjAL1Cq4jJpEb/view?usp=sharing

Воронку таргетированной рекламы см. [Следующий слайд](#).



ВОРОНКА
ТАРГЕТИРОВАННОЙ
РЕКЛАМЫ

Продвижение/Target

Прирост
подписчиков

Instagram

Видео в сторис с УТП аккаунта и клиники
плейсмент: Instagram Stories
цель: трафик
кнопка: узнать больше
трафик: аккаунт в Instagram
аудитории: холодные

Facebook

Полезное видео от врача с
текстовыми комментариями
плейсмент: Facebook
цель: Отметки нравится
кнопка: Подписаться
трафик: страница Facebook
аудитории: холодные

Квиз (тест) со скидкой или подарком

плейсмент: Facebook/Instagram
цель: трафик
кнопка: узнать больше
трафик: страница Facebook / аккаунт Instagram
аудитории:

- холодные
- ретаргетинг
- посетители сайтов
- вовлеченные в аккаунт
- ЛАЛ
- Базы контактов

Призыв по болям

цель: конверсии
кнопка: перейти на сайте
трафик: страница Facebook / аккаунт Instagram
аудитории:

- холодные
- ретаргетинг
- посетители сайтов
- вовлеченные в аккаунт
- ЛАЛ
- Базы контактов

Лидогенерация

плейсмент: Facebook/Instagram
цель: лиды
кнопка: оставить заявку
трафик: форма сбора лидов
аудитории:

- холодные
- ретаргетинг
- посетители сайтов
- вовлеченные в аккаунт
- ЛАЛ
- Базы контактов

Продажи

НЕ скачали ЛМ

Заново по воронке в
таргетированной рекламе и в
messenger

Лид-Магнит

- мессенджер
- лид-форма
- сайт или посадочная
страница

скачали ЛМ

Трипвайер

ретаргетинг

Основной продукт



АУДИТ ОТДЕЛА ПРОДАЖ

АУДИТ ОТДЕЛА ПРОДАЖ

14 января мы оставили заявку на сайте компании, где написали, что ищем донора яйцеклеток.

Через 10 мин. с нами связались по WhatsApp и предложили провести звонок. С одной стороны, это удобно, так как европейские пользователи предпочитают WhatsApp, с другой стороны в форме заявки стоит задать вопрос: как, когда и во сколько удобно связаться с пользователем и по какому каналу связи. Это продемонстрирует персонализацию и повысит доверие.

Во время звонка консультант говорил на хорошем английском, закрыл все возражения. После звонка прислал все необходимые документы на почту.

При этом во время звонка администратор не продал бесплатную консультацию, а также не спросил, почему клиент ищет такое решение. Информация об этом была только в письме.

Предложили прийти на бесплатную консультацию, но клиентка не пришла и не ответила на письмо. Спустя неделю ей написали в WhatsApp и предложили удобное время для консультации

РЕКОМЕНДАЦИИ

- Разработать чек-лист по проработке входящих звонков, так как четкой структуры в разговоре нет
- Прописать скрипты входящих разговоров
- Обновить прайс на сайте и в соцсетях
- Дожимать клиента на звонке на консультацию
- Поддерживать связь и после звонка и email
- Прописать четкие шаги по проработке входящей заявки
- Настроить ремаркетинг на клиентов в статусе “прогрев”





**ИНСТРУМЕНТЫ
ПРОДВИЖЕНИЯ:
РАЗРАБОТКА
ЭФФЕКТИВНОГО
КОНВЕРТЕРА**

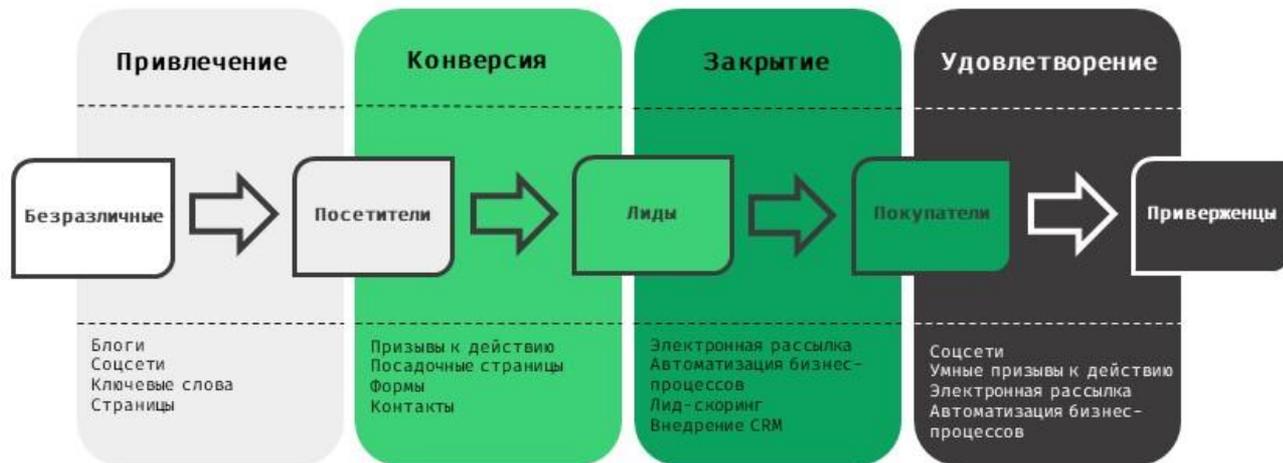
КОНВЕРТЕР

Конверсия в Digital-маркетинге — это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия (скрытые или прямые указания создателей контента — покупку, регистрацию, подписку, посещение определённой страницы сайта, переход по рекламной ссылке), к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.

Этот индекс называется CR и считается как количество целевых действий поделенное на общее число посетителей.

НАПРИМЕР:

$(7 \text{ покупок в месяц} / 700 \text{ посетителей за месяц}) * 100 = \text{CR } 1\%$



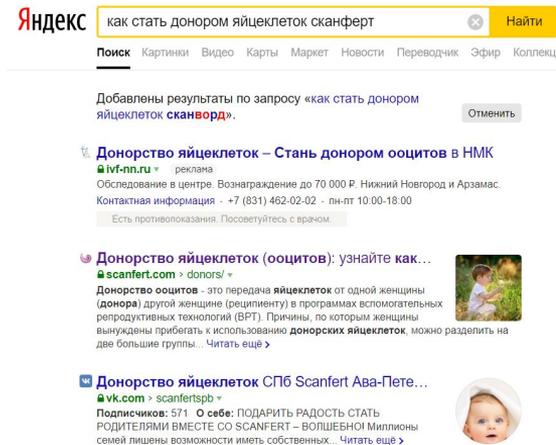
Инструменты, влияющие на конверсию
КОНВЕРТЕРЫ

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

ЛЕНДИНГ - ЦЕЛЕВАЯ/ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА

Веб-страница, основной задачей которой является **сбор контактных данных целевой аудитории**. Используется для усиления эффективности рекламы, увеличения аудитории. Целевая страница обычно содержит информацию о товаре или услуге.

Переход на целевые страницы часто осуществляется из социальных медиа, email-рассылок и рекламных кампаний в поисковых системах. Главной задачей таких страниц является **конвертация посетителя в покупателя или клиента компании**, побуждение к целевому действию. Анализ действий пользователей на целевой странице позволяет маркетологам определить успешность рекламы.



scanfert
AVA CLINIC

ПОДАРИТЬ СЧАСТЬЕ СТАТЬ РОДИТЕЛЯМИ

Миллионы семей лишены возможности иметь собственных детей, слышать их смех и радоваться тому, как они растут.

Вы можете стать участником донорских программ в клинике «АВА-ПЕТЕР» и помочь бездетной паре обрести счастье стать родителями.

Помощь бездетной паре | Вознаграждение 90 000 Р | Бесплатное обследование

Первый шаг к донорству

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

ЧЕМ ЭФФЕКТИВНЫЙ ЛЕНДИНГ С МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОРАБОТКОЙ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ЛЕНДИНГА БЕЗ НЕЕ?

ЛЕНДИНГ БЕЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОРАБОТКИ	ЛЕНДИНГ С МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОРАБОТКОЙ
Собран на типовой платформе по типовому шаблону	Имеет индивидуальный дизайн и архитектуру
Разработан без конкурентного анализа	Разработан после проведения конкурентного анализа
Тексты может писать копирайтер, не разбирающийся в теме	Тексты пишет копирайтер, разбирающийся в предложенной теме на профессиональном уровне
Позиционирует продукт на основе типовых маркетинговых ходов, без погружения в конкретный проект	Позиционирует продукт с опорой на карту смыслов, предварительно подготовленную маркетологами вместе с заказчиком
Применяет типовые маркетинговые триггеры	Маркетинговые триггеры разрабатываются с учетом специфики продвигаемого продукта, аудитории, поставленных целей
ТАК МОГУТ СДЕЛАТЬ МНОГИЕ	ТАК МОЖЕТ СДЕЛАТЬ ТОЛЬКО КОМАНДА ПРОФЕССИОНАЛОВ

1. В нашей команде работают профессиональные digital-дизайнеры, которые создадут индивидуальную архитектуру вашего лендинга. Он будет не просто красивым, он будет **уникальным и запоминающимся**, а значит - **эффективным**.
1. Вы об этом еще не знаете, но мы уже провели конкурентный анализ. Перед началом работ по созданию вашего лендинга мы проведем его второй этап. Это позволит сделать **максимально интересное и понятное для целевой аудитории предложение**.
1. В нашей команде работают копирайтеры, имеющие медицинское образование. Это гарантирует не только уникальность, но и **высокое качество и смысловую наполненность текстов**.
1. Перед началом работы мы составляем карту смыслов, что позволяет позиционировать продукт/услугу ярко, показав все его **уникальные торговые преимущества**.
1. Наши профессиональные маркетологи разработали и подготовили более 100 компаний. Они точно знают, как найти и подчеркнуть **триггеры**, которые сработают в каждом конкретном случае. Для вас это значит, что воздействие на аудиторию будет максимальным.
1. А еще мы **гарантируем соблюдение сроков и техническую поддержку** разработанного лендинга на протяжении всего времени сотрудничества. Частные подрядчики не могут дать таких гарантий своим клиентам.

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

ЛИДЕРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

<https://mrqz.me/5d3ab04fa7d5ab0044eb7ff9>

КВИЗ = МИНИ ОПРОС

КВИЗ - сравнительно новый инструмент интернет-маркетинга, построенный на все набирающем популярность принципе геймификации взаимодействия с аудиторией.

Технически КВИЗ встраивается в выбранную площадку (раздел сайта, лендинг, пост в соцсетях) или является самостоятельной площадкой. Он представляет из себя небольшой опрос, пройдя который, Клиент:

- получает бонус на товар или услугу;
- **оставляет свои контактные данные.**

На один товар/услугу может быть разработано несколько квизов (в зависимости от числа площадок и их специфики).

Важная миссия КВИЗа - **побудить к контакту “холодную” аудиторию**, заинтересовать ее, сработать на рост ее лояльности к Продавцу (бренду, компании).

Анализ результатов опроса **поможет выстроить более точную гипотезу по развитию** новых направлений или скорректировать действующие.

The image shows a quiz interface for a "БЕСПЛАТНЫЙ ПЯТИДНЕВНЫЙ КУРС ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ЗДОРОВЬЯ" (Free 5-day course for health recovery). The interface is in Russian and includes the following elements:

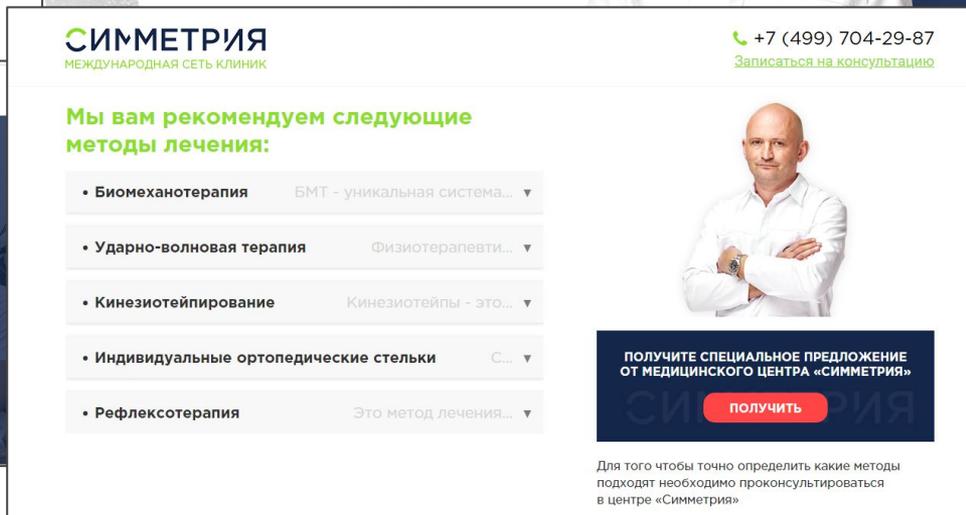
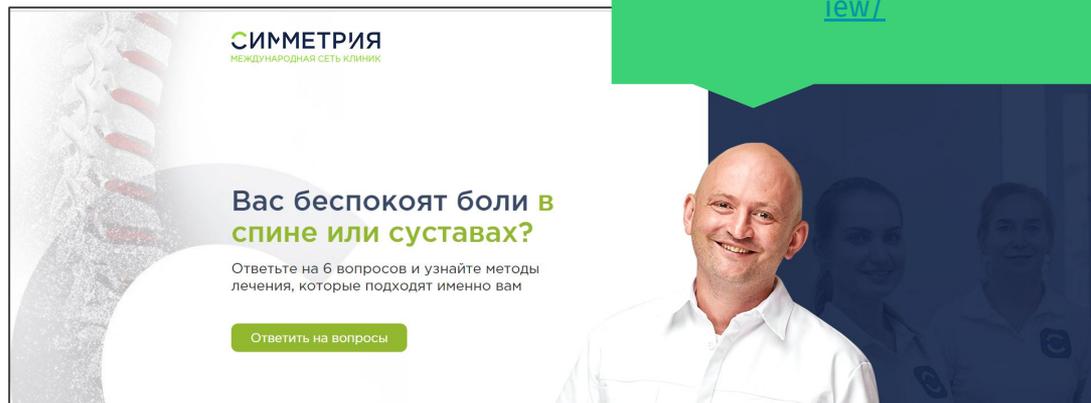
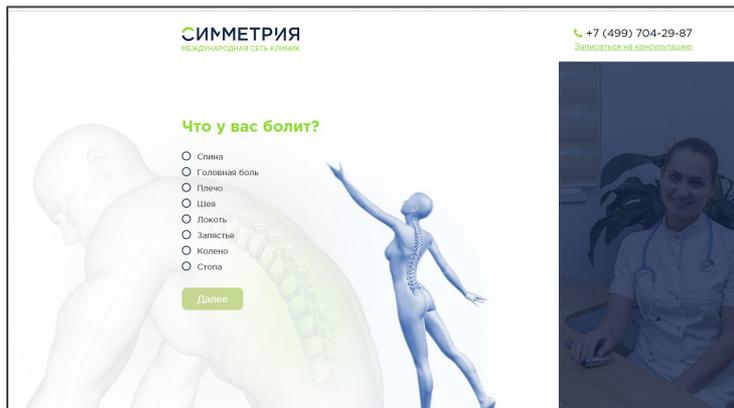
- Header:** "БЕСПЛАТНЫЙ ПЯТИДНЕВНЫЙ КУРС ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ЗДОРОВЬЯ" (Free 5-day course for health recovery).
- Text:** "Бесплатный пятидневный курс восстановления здоровья. Акция до 31 августа!" (Free 5-day health recovery course. Promotion until August 31!).
- Instructions:** "Ответьте на 2 вопроса и получите на пятидневный курс бесплатно + получите бонус!" (Answer 2 questions and get the 5-day course for free + get a bonus!).
- Progress:** "0 НАЧАТЬ" (0 START).
- Question:** "СКОЛЬКО ВАМ ЛЕТ?" (How old are you?).
- Options:** Radio buttons for age groups: 30-40, 40-50, 50-60, 60+.
- Progress Bar:** "Готово: 0%" (Ready: 0%).
- Navigation:** "←" (Previous) and "Далее →" (Next) buttons.
- Footer:** "Сделано в Мандрю" (Made in Mandry).

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ ЛИДЕРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

[Кейс]

Квиз для клиники “Симметрия”.

КОНВЕРСИЯ ЭТОГО КВИЗА ИЗ ПОСЕТИТЕЛЯ В ЛИД СОСТАВИЛА 15% (при среднестатистической для инструментов продвижения, а не повышения конверсии, 7-9%)



<http://med.symmetriya.ru/interview/>

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

ЛИДЕРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Варианты квизов для вас

- Как правильно выбрать донора яйцеклеток?
Ответьте на 3 вопроса и получите БЕСПЛАТНУЮ консультацию врача, а также скидку на всю программу.
- Донорство яйцеклеток - реальный шанс обрести счастье стать родителями. Ответьте на 3 вопроса и и получите БЕСПЛАТНУЮ консультацию врача, а также скидку на всю программу оплодотворения.

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

ДОРАБОТКА ИМЕЮЩЕГОСЯ САЙТА

- Внедрение разработанных УТП
- Внедрение разработанных офферов по продукту “Диагностика”
- Рекомендации по оптимизации производительности сайта
- Рекомендации по оптимизации навигации и, как следствие, пути клиента от захода на сайт до целевого действия

Большая задержка при открывании сайта с мобильных устройств (означает большое число отказов). Т.е. сюда можно привести клиента с рекламы, но не дождавшись открытия сайта, он уйдет.



36 / 100 Рекомендации

! Исправьте обязательно:
Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы
» [Как исправить?](#)

! Исправьте по возможности:
Оптимизируйте загрузку видимого контента
» [Как исправить?](#)

Используйте кеш браузера
» [Как исправить?](#)

✓ Выполнено правил: 7
» [Подробности](#)

*Результаты кешируются

Для компьютеров Для мобильных



74 / 100 Рекомендации

! Исправьте обязательно:
Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы
» [Как исправить?](#)

! Исправьте по возможности:
Оптимизируйте изображения
» [Как исправить?](#)

Используйте кеш браузера
» [Как исправить?](#)

Оптимизируйте загрузку видимого контента
» [Как исправить?](#)

Сократите JavaScript
» [Как исправить?](#)

✓ Выполнено правил: 5
» [Подробности](#)



ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА

Поисковые системы. “Теплые” пользовательские аудитории.

→ Запросы по конкурентам:

- Olga Clinic, NGC, Ава-Петер,
- и др. (работающие в той же нише)

→ Аудитория с целевыми запросами:

- база доноров яйцеклеток,
- донорские яйцеклетки,
- стать донором яйцеклеток,
- альтернатива ЭКО и т.д.

Т.е. ищущие информацию не в научных целях, а именно с целью покупки услуги

→ Аудитория “ближнего круга” (например):

- Женщины в возрасте 25-30 лет, которые могут стать донорами яйцеклеток



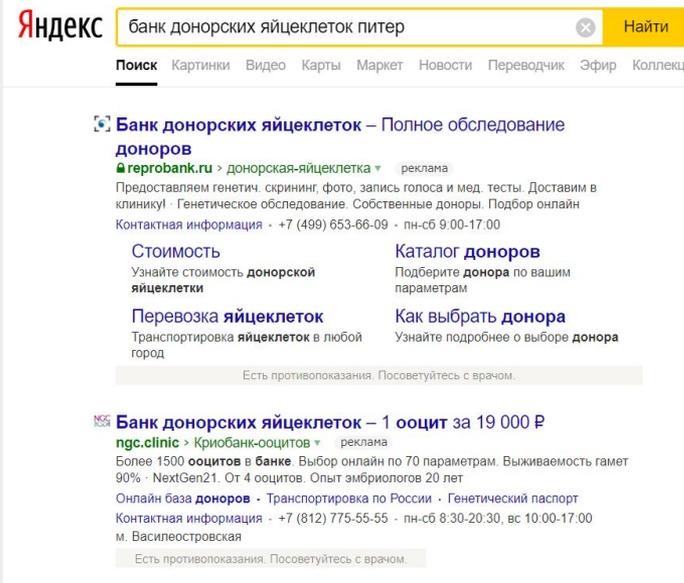
**При настройке
рекламной кампании
запросы будут подобраны
максимально релевантно**

ИСТОЧНИК ТРАФИКА

Контекстно-медийные сети:

- ❖ Яндекс Директ
- ❖ Google Adwords

Они специализируются на показах рекламных объявлений, содержание которых соответствует запросу пользователя или его интересам. ПРЯМОЙ СПРОС.



**ЗДЕСЬ ЧЕЛОВЕК ПОИСКАЛ
НЕ НАС. НО ЧТО-ТО ОЧЕНЬ БЛИЗКОЕ**

**МЫ УЗНАЛИ ОБ ЭТОМ ВОТ ЗДЕСЬ
ТЕПЕРЬ МЫ ЗНАЕМ - ОН ГОТОВ К ОБЩЕНИЮ С НАМИ**

**МЫ РАССКАЖЕМ ЕМУ О СЕБЕ
ЗДЕСЬ И ТАМ**

ИСТОЧНИК ТРАФИКА

Рекламные площадки, рекомендуемые Вам:

- Инстаграм
- Facebook
- YouTube

+ возможность выстраивания непрерывной коммуникации компании с целевой аудиторией

ПОЧЕМУ?

сейчас россиянин в среднем проводит в соцсетях 143 минуты в сутки, т.е. почти 2,5 часа.

Все это время он не просто общается с друзьями. Он поглощает информацию, смотрит рекламу, совершает покупки.



ПОДАРИТЬ СЧАСТЬЕ СТАТЬ РОДИТЕЛЯМИ

Миллионы семей лишены возможности иметь собственных детей, слышать их смех и радоваться тому, как они растут.

Вы можете стать участником донорских программ в клинике «АВА-ПЕТЕР» и помочь бездетной паре обрести счастье стать родителями.



One border — no boundaries.



IVF since 1993

ИСТОЧНИК ТРАФИКА

SEO-продвижение – это раскрутка сайта в поисковых системах. В долгосрочной перспективе использование этого метода обеспечивает трафик даже без вложений в рекламу.

Поисковая оптимизация (SEO) зависит от новых алгоритмов ранжирования, которые ориентированы на то, чтобы в топе оказались наиболее полезные для пользователя страницы. Для коммерческих проектов присутствие в топе поиска – это возможность наращивать популярность среди целевой аудитории и количество уникальных посещений на сайт.

SEO-оптимизация включает в себя обширный комплекс работ для достижения требований поисковиков. К наиболее эффективным относят:

- определение наиболее важных факторов ранжирования и адаптацию сайта под их требования;
- составление семантического ядра – подходящих по тематике ключевых запросов;
- внутреннюю и внешнюю оптимизацию,
- контроль и улучшение поведенческих факторов пользователей,
- анализ статистики посещений и внедрение изменений на их основе.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Мало получить заявку, самое важное - довести ее до **покупки**. Именно в этом промежутке цепочка общения с потенциальным покупателем нередко прерывается. Причины могут быть разные - от еще не до конца сформированной потребности до состояния выбора между несколькими продавцами.

Два следующих инструмента позволяют поддерживать связь с таким “раздумывающим” клиентом, мягко “догреть” его и тем самым повысить конверсию из заявок в Запись/Покупку.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

EMAIL - МАРКЕТИНГ. ПРЕИМУЩЕСТВА

Это не просто рассылка электронных писем всем подряд (это уже спам). Это рассылка электронных писем вашей аудитории, давшей на это предварительное согласие. Т.е. по сути это канал непрерывного общения с “теплой” целевой аудиторией.

5 особенностей и преимуществ e-mail-маркетинга:

1. Низкая стоимость поддержания рекламного канала;
2. Сбор собственной базы возможных или действительных клиентов;
3. Построение диалога между бизнесом и клиентом;
4. Получение необходимых целевых действий от подписчиков (например, комментарии, оформленные заказы, заявки, скачанные бесплатные материалы и другое);
5. Автоматизация;
6. Возможность проведения оперативных исследований (например, для разработки новых товаров).



Основные показатели
эффективности email-
маркетинга

1. Количество подписок
2. Open Rate (открытия писем)
3. Click Rate и Click through open rate (клики - переходы из письма на целевую страницу)
4. Показатели отписок
5. Нажатие кнопки “СПАМ”
6. Конверсия в покупку
7. Время, проведенное на сайте

[Показатели эффективности в цифрах](#)

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

EMAIL-РАССЫЛКА

Есть 2 проверенные технологии построения «серийного» контента: периодически «выстреливающая» Product Launch Formula Джефа Уолкера и постоянно действующие контент-цепочки.

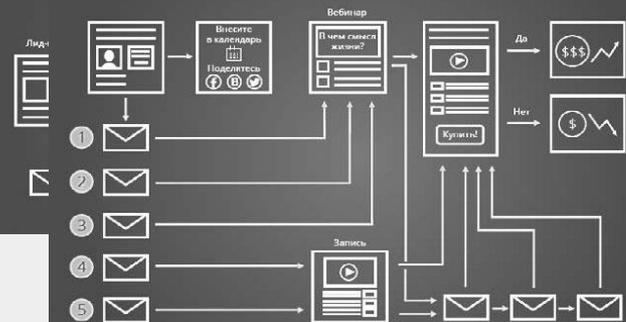
Технология автоматических контент-цепочек встречается под разными названиями (например, «Невидимая машина продаж» или Customer Value Optimization) у зарубежных авторов и практиков интернет-маркетинга.

Наиболее эффективно работать по обеим стратегиям - в зависимости от конкретной цели.

Цепочка реактивации

Цепочка вовлечения

Цепочка активации



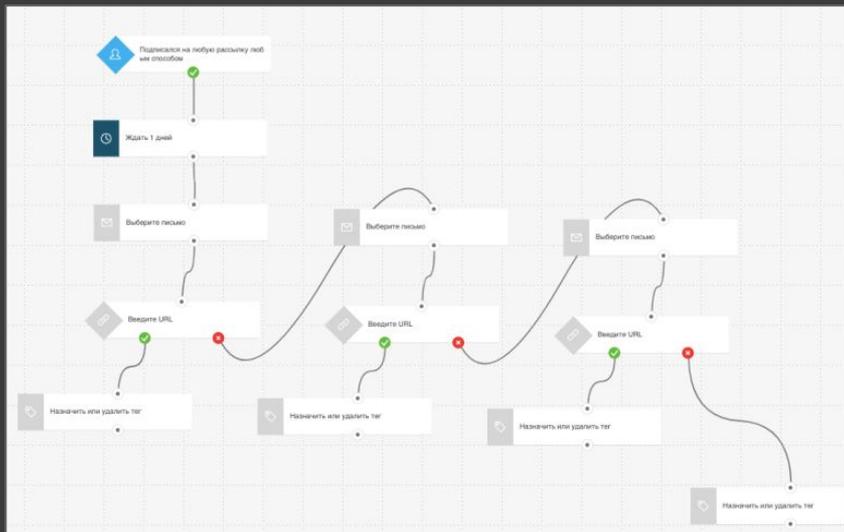
Цепочка вовлечения (onboarding) – предназначена для быстрого ознакомления новых подписчиков с вашими преимуществами и максимальной конверсии в первую покупку.

Цепочка активации – работает для усиления интереса и повышения продаж каждого из ваших основных продуктов. Применяется как для новых, так и для существующих подписчиков и клиентов.

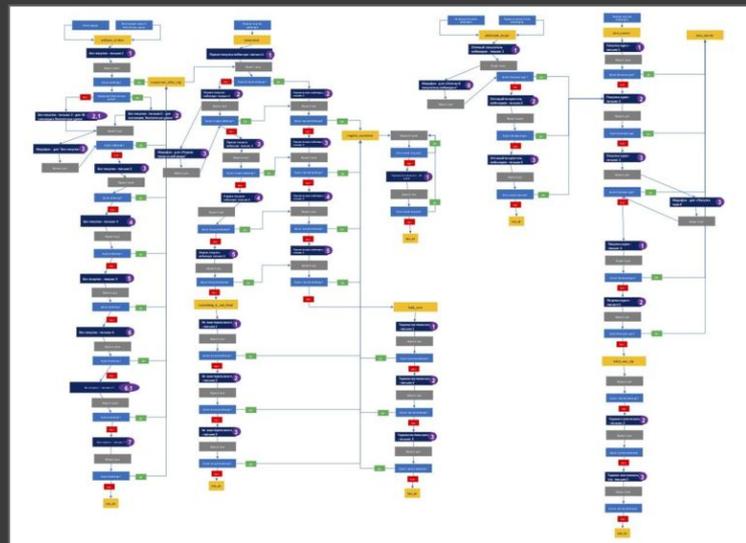
Цепочка реактивации – нужна для восстановления интереса тех подписчиков, которые потеряли с вами контакт. Рекомендуется «включать» её, если подписчик перестал открывать вашу рассылку 30 или 60 дней подряд

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

ПРОСТАЯ СХЕМА EMAIL-РАССЫЛКИ



РАЗВЕТВЛЕННАЯ СХЕМА EMAIL-РАССЫЛКИ



Каждая цепочка индивидуальна и разрабатывается в зависимости от поставленных задач.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

АВТОВОРОНКА

Автоматическая воронка продаж (автоворонка) — комплекс продающих страниц/сообщений, который без вашего активного участия автоматически конвертирует потенциального клиента в реального. В нашем случае - в клиента, так или иначе связавшегося с клиникой (т.к. продать медуслуги автоматически не представляется возможным).

Система сама отслеживает действия пользователя, показывает ему именно тот контент, который логичнее всего, и предлагает тот продукт, который он купит с наибольшей вероятностью. Заинтересовался терапевтическими услугами - будет предлагать их. Заинтересовался эстетической стоматологией - поведет клиента по этой ветке объявлений и контактов. И так в несколько этапов - до целевого продукта (заявки на консультацию, например, из которой специалисты клиники уже могут сделать продажу).

Расширенное КП по автоворонкам

Экономическое обоснование автоворонки



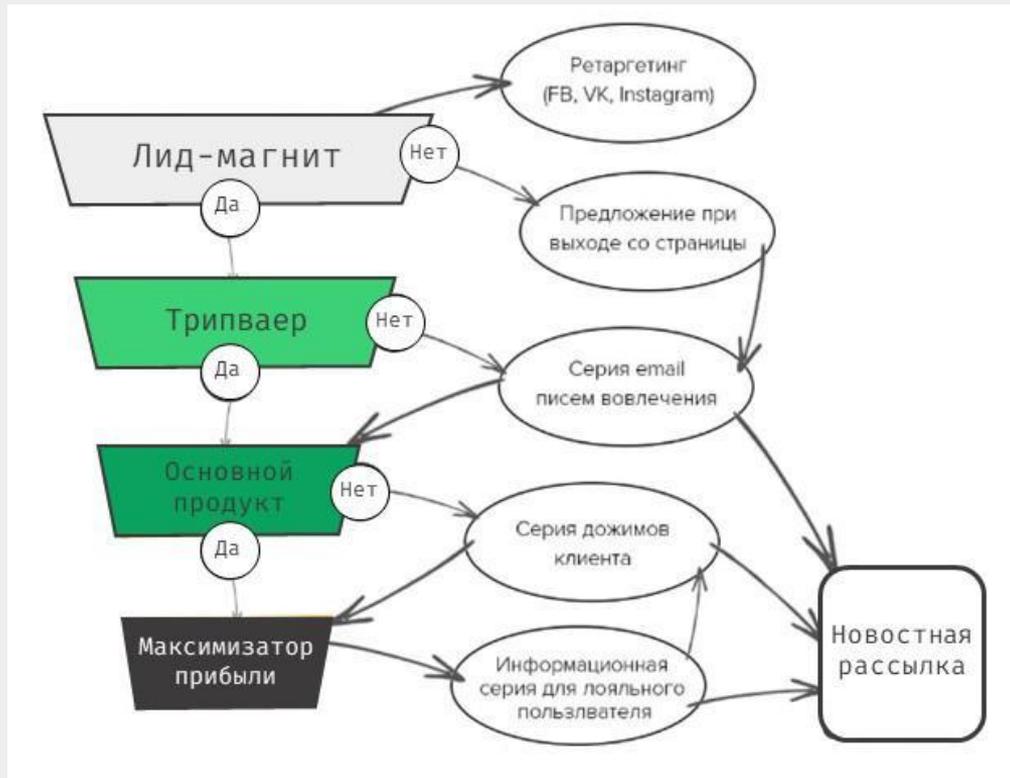
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Лид Магнит — бесплатный, полезный продукт (видео, чеклист и прочее), который мы предлагаем получить в обмен на контакты пользователя. СТОИМОСТЬ ЛИДА ВСЕГДА ОЧЕНЬ НИЗКАЯ (порядка 50 рублей при средней стоимости ЛИДа по медицине в Москве порядка 600* рублей).

Трипваер или ОТО (one time offer) — дешевый, но очень ценный продукт (отбеливание, первичная консультация и т.д.). Цель - мотивировать пользователя совершить покупку.

Основной продукт — главный продукт, который вы хотите продать.

Максимизатор прибыли — основной источник дохода. Его цель — увеличение средней потребительской ценности и общее взаимодействие с покупателем.



*Данный показатель усреднен, т.к. значительно варьируется в зависимости от ниши

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

[Кейс]

Как работает туннель продаж в мессенджерах.

Медицинская клиника "Центр лечения боли в спине и суставах «Симметрия»".

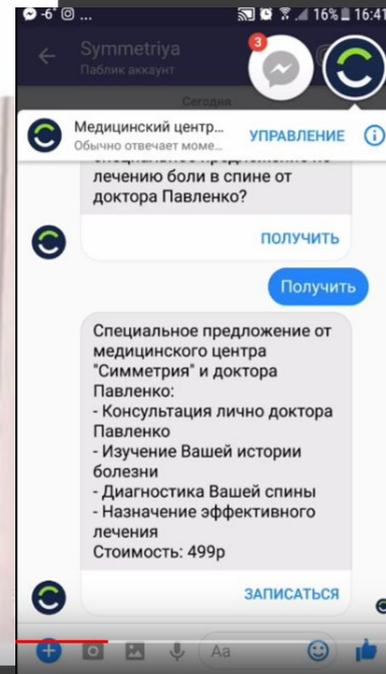
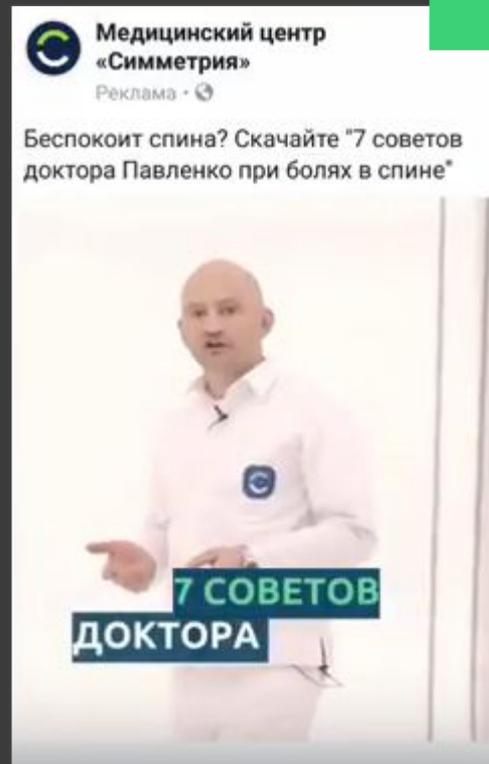
✓ **Фб и Инстаграм** (таргетированная реклама, но не продажа продукта, а предложение чего-то полезного для Клиента)

✓ **Переход на мини-лендинг.** Чтобы получить обещанную брошюру с советами - надо выбрать удобный мессенджер, т.е. оставить свои контакты

✓ Сразу после этого даем Клиенту **специальное предложение.** Здесь сразу есть возможность записаться на консультацию (мы собираем информацию о Клиенте)

✓ **Основной продукт** продается в клинике

<https://www.youtube.com/watch?v=8ZbE7lo9qMg&feature=youtu.be>



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

На 10 000 показов:

- CTR 3,5%
- Скачали ЛИД-магнит 353 раза
- Конверсия в трипваер (дешевый продукт) 15%
- Покупок трипваера 53
- Конверсия на основной продукт 75%
- Продаж основного продукта 18

Абсолютные цифры (средний чек, валовая прибыль, маржа, ROMI разглашению не подлежат).

The image shows two overlapping screenshots. The background is a Facebook advertisement for the 'Медицинский центр «Симметрия»' (Symmetriya Medical Center). The ad features a man in a white lab coat and includes the text: 'Беспокоит спина? Скачайте "7 советов доктора Павленко при болях в спине"' (Back pain? Download '7 tips from Dr. Pavlenko for back pain'). A green and blue banner at the bottom of the ad reads '7 СОВЕТОВ ДОКТОРА'.

The foreground is a screenshot of a WhatsApp chat with the 'Symmetriya' public account. The chat history shows a message from the center asking 'лечению боли в спине от доктора Павленко?' (treatment of back pain from Dr. Pavlenko?) with a 'получить' (get) button. A response from the user says 'Получить' (Get). Below that, a message from the center provides a special offer: 'Специальное предложение от медицинского центра "Симметрия" и доктора Павленко:' (Special offer from the medical center 'Symmetriya' and Dr. Pavlenko:), followed by a list of services: 'Консультация лично доктора Павленко', 'Изучение Вашей истории болезни', 'Диагностика Вашей спины', and 'Назначение эффективного лечения'. The price is listed as 'Стоимость: 499р'. At the bottom of the chat, there is a 'ЗАПИСАТЬСЯ' (book) button.

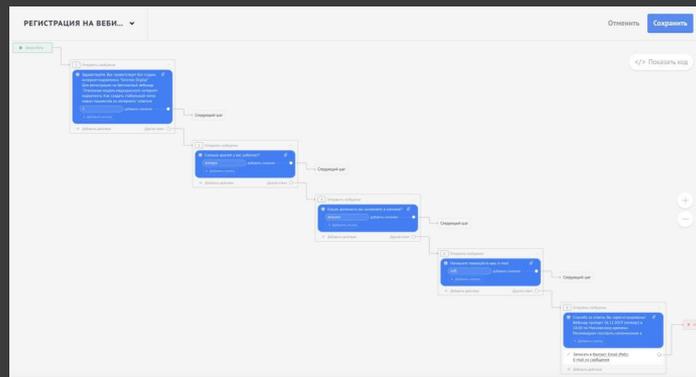
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

После первого контакта Клиент получает серию писем с различными предложениями, которые рассылаются автоматически (в приведенном кейсе 17 писем на 35 дней).

В каждом сообщении есть кнопка “записаться на прием”.

Таким образом:

- число контактов с одним клиентом повышается;
- выход на контакт становится более адресным и более органичным.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Автоворонка продаж в мессенджерах позволяет сэкономить на рекламе до 50% бюджета на продвижение.

БЛАГОДАРЯ ЧЕМУ?

Благодаря тому, что мы платим только за первый контакт, а последующие 10-20-30 для нас бесплатные. При этом клиент постоянно “на связи”, т.е. помнит о нас.

Кроме того, воронка работает автоматически, т.е. нам не надо содержать отдельного специалиста для рассылки сообщений.

ПРИМЕР ИЗ НАШЕЙ ПРАКТИКИ:

В среднем у наших клиентов после внедрения автоворонки CPO (стоимость продажи) снижается в 2 раза.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

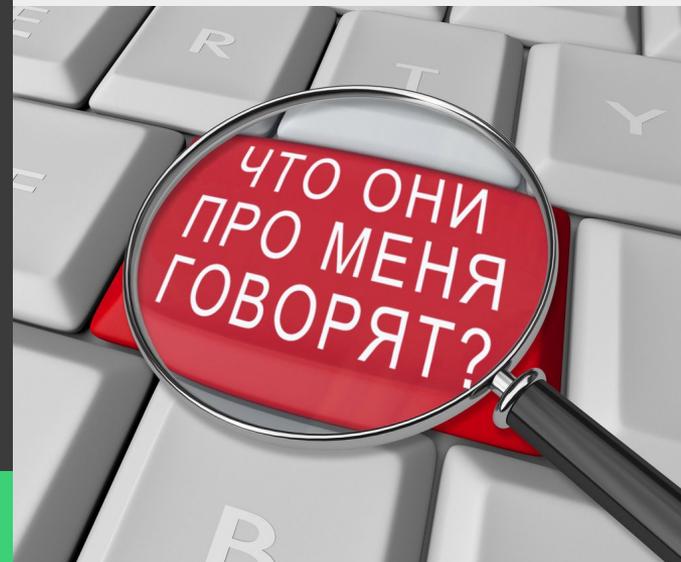
РАБОТА С РЕПУТАЦИЕЙ

Задачи репутационного маркетинга

- Сбор информации о репутации в интернете. Это мониторинг упоминаний в Сети с помощью брендовых запросов (название компании + отзывы) и анализ влияния имиджа на продажи.
- Контроль негатива и поддержание положительной репутации.
- Коммуникация с целевой аудиторией.
- Повышение узнаваемости. Пользователь скорее сделает заказ в компании, о который слышал хотя бы раз, чем в незнакомой.
- Формирование пула лояльных клиентов и рост повторных продаж.
- Повышение позиций в выдаче. Результаты репутационного маркетинга (в частности, известность бренда, присутствие в социальных сетях, хорошие отзывы) положительно влияют на ранжирование.

Инструменты репутационного маркетинга

- Работа с негативом от клиентов в Интернете.
- Работа с негативом в статьях, от недовольных сотрудников, конкурентов.
- Размещение положительных отзывов (кейсов).
- Репутационный маркетинг в соцсетях (развитие сообществ, проведение акций, конкурсов и т.д.)
- Работа с лидерами мнений
- Управление репутацией на официальном сайте компании (статьи для блога, ведение раздела отзывов и т.д.)



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

РАЗВИТИЕ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

SMM - это не просто упорядоченная выкладка качественного контента. Это Social Media Marketing - продвижение на социально-медийных площадках. Это значит, что он должен строиться на основе:

- плана,
- стратегии,
- аналитики,
- постановки конечной цели - продаж.



Благодаря такому подходу один из наших клиентов всего за месяц увеличил охват своих постов в 50 раз.



Другой наш клиент (клиника) уже через 2 недели продала через Директ Инстаграма операцию стоимостью 150 000 рублей.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

РАЗВИТИЕ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Помня о стратегии “Голубых океанов” и маркетинговых триггерах мы разрабатываем не просто рекламный аккаунт, а площадку, которая будет интересна целевой аудитории. Это значит:

- **интересные посты** (кейсы специалистов, советы по актуальным темам, развенчание мифов, розыгрыши, акции и т.д.). ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ! Коммерческая рубрика только одна - “Акции”. Все остальное - полезный контент.
- **продуманный и постоянный набор подписчиков** (мы не просто пишем посты, мы используем их для привлечения подписчиков - “подогреваем” с помощью таргетированной рекламы с небольшим бюджетом порядка 1000р. на пост, т.е. пост видят представители ЦА, еще неподписанные на аккаунт).
- **работа с аудиторией** (ответы на комментарии и вопросы, конкурсы). Важно показать, что вы на связи и открыты для общения.

ПОЧЕМУ ВАЖНО “ГРЕТЬ” КАЖДЫЙ ПОСТ?



Потому что тогда человек изо дня в день видит ваши ИНТЕРЕСНЫЕ и ПОЛЕЗНЫЕ посты. Т.к. он представитель ЦА - со 2-го, 4-го или 6-го поста он подпишется на аккаунт.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

ПРИМЕР КОНТЕНТ-ПЛАНА ДЛЯ СОЦСЕТИ ИНСТАГРАМ

Время публикации		Будний день				Выходной/праздничный день							
Коммуникативный	Полезный	Репутационный	Развлекательный	Продающий	Информирующий								
04.03.2019		05.03.2019		06.03.2019		07.03.2019		08.03.2019		09.03.2019		10.03.2019	
Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2
10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00
Афоризм известного человека на тему медицины	Реклама ЛИД магнита	ВОПРОС ЧИТАТЕЛЯМ (предваряет тему полезного поста)	ПРОБЛЕМА/РЕШЕНИЕ Совет от специалистов клиники	участие специалиста в программе по обмену опытом	РАССКАЗ О НОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ, освоенной во время программы по обмену опытом	ГРАФИК РАБОТЫ В ПРАЗДНИКИ	ВОПРОС ЧИТАТЕЛЯМ "к какому специалисту ходите чаще всего. Почему?"	ПОЗДРАВЛЕНИЕ С 8 МАРТА	ПРОБЛЕМА/РЕШЕНИЕ (что-то на тему женской красоты)	КАК ВЫБРАТЬ СВОЕГО СПЕЦИАЛИСТА	РЕЙТИНГ ВОСТРЕБОВАННОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ (по результатам опроса из предыдущего поста опроса) + статистика мировая. ИНТЕРЕСНО, совпадет ли	Афоризм известного человека на тему медицины	ДЕМОНСТРАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ ИЗ КЛИНИКИ
11.03.2019		12.03.2019		13.03.2019		14.03.2019		15.03.2019		16.03.2019		17.03.2019	
Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2	Пост 1	Пост 2
10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00	10:30 - 10:50	20:30 - 21:00
ИЗМЕНЕНИЕ ГРАФИКА РАБОТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ ИЗ КЛИНИКИ	ОБ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ МАТЕРИАЛАХ	Рассказ о ведущем специалисте в клинике (звания, степени, пройденные обучения и т.д.)	Реклама ЛИД магнита	Мировые тренды в медицине. Обзор по своей сфере	ТЕМАТИЧЕСКИЙ МЕМ	ПРОБЛЕМА/РЕШЕНИЕ Совет от специалиста в клиники	ДЕМОНСТРАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ СПЕЦИАЛИСТОВ ИЗ КЛИНИКИ	Первые признаки того, что вам пора к нам (чек-лист)	Пожелание хороших выходных + забавные советы как сэкономить за них свое здоровье	12 советов от ведущего врача клиники	ОБ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ МАТЕРИАЛАХ	У НАС НОВЫЙ СПЕЦИАЛИСТ. Вы уже воспользовались его услугами? + рассказ о нем	ДЕМОНСТРАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ НОВОГО СПЕЦИАЛИСТА



СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА

**ИСТОЧНИК ДАННЫХ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ
ПРОДВИЖЕНИЯ И БЮДЖЕТОВ**

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

АНАЛИТИКА

В РЕЗУЛЬТАТЕ ВНЕДРЕНИЯ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ И РАБОТЫ С НЕЙ МОЖНО **СЭКОНОМИТЬ ДО 50% БЮДЖЕТА НА ПРОДВИЖЕНИЕ.**

ТО ЕСТЬ МОЖНО ЛИБО ВЛОЖИТЬ ЭТИ ДЕНЬГИ ВО ЧТО-ТО ЕЩЕ, ЛИБО, РАСПОЛАГАЯ ТЕМ ЖЕ БЮДЖЕТОМ, **ПРИВЛЕЧЬ БОЛЬШЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ.**

ТАКОЙ РЕЗУЛЬТАТ ДОСТИГАЕТСЯ ЗА СЧЕТ ТОГО, ЧТО ВЫ ВИДИТЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НЕ ПРОСТО ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛИДОВ, А ПО ДЕНЬГАМ В КАССЕ И, БОЛЕЕ ТОГО, ПО ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ.

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

АНАЛИТИКА

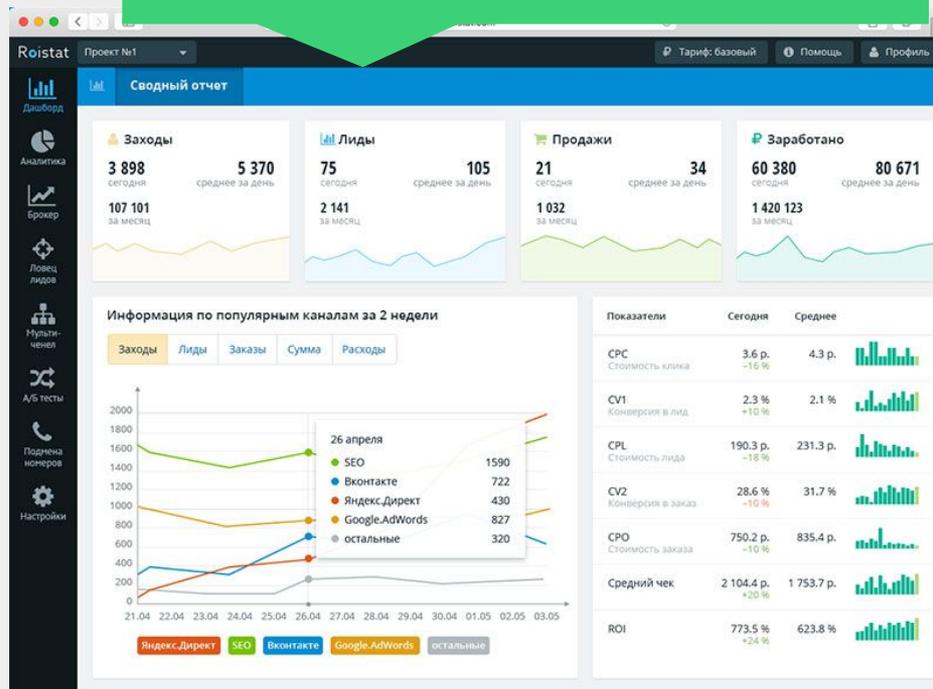
По сути, внедряя комплексную сквозную аналитику, вы не просто получаете эффективный инструмент развития бизнеса, экономии рекламного бюджета и выявления “узких горлышек” в своих бизнес-процессах.

ВЫ “ПОКУПАЕТЕ 1 000 000 ВСЕГО ЗА 300 000”

Как это работает?

Смотрите ниже пример из нашей практики.

БОЛЕЕ ПОДРОБНО О ПРЕИМУЩЕСТВАХ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ ВЫ МОЖЕТЕ ПРОЧИТАТЬ В ЭТОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ:
<https://docs.google.com/presentation/d/1s1VwAyBLVikAR..>



Возможный вид отчета по комплексной аналитике (платформа Roistat).

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

АНАЛИТИКА

ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕГРИРОВАННОЙ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ

Вы объективно видите эффективность каждого из каналов привлечения
(Сколько потрачено / Сколько денег он принес)

Мы используем аналитику, чтобы эффективнее распределить бюджет на те рекламные связки, которые приносят компании деньги (а не на те, где просто дешевле заявка или клик)

РЕЗУЛЬТАТ:

- рост эффективности рекламных кампаний;
- широкие возможности для масштабирования.

Вручную забивать данные **нет необходимости**, ведь система сопоставляет данные из рекламных кабинетов с системой, где менеджеры обрабатывают заявки, и указывают необходимую информацию.

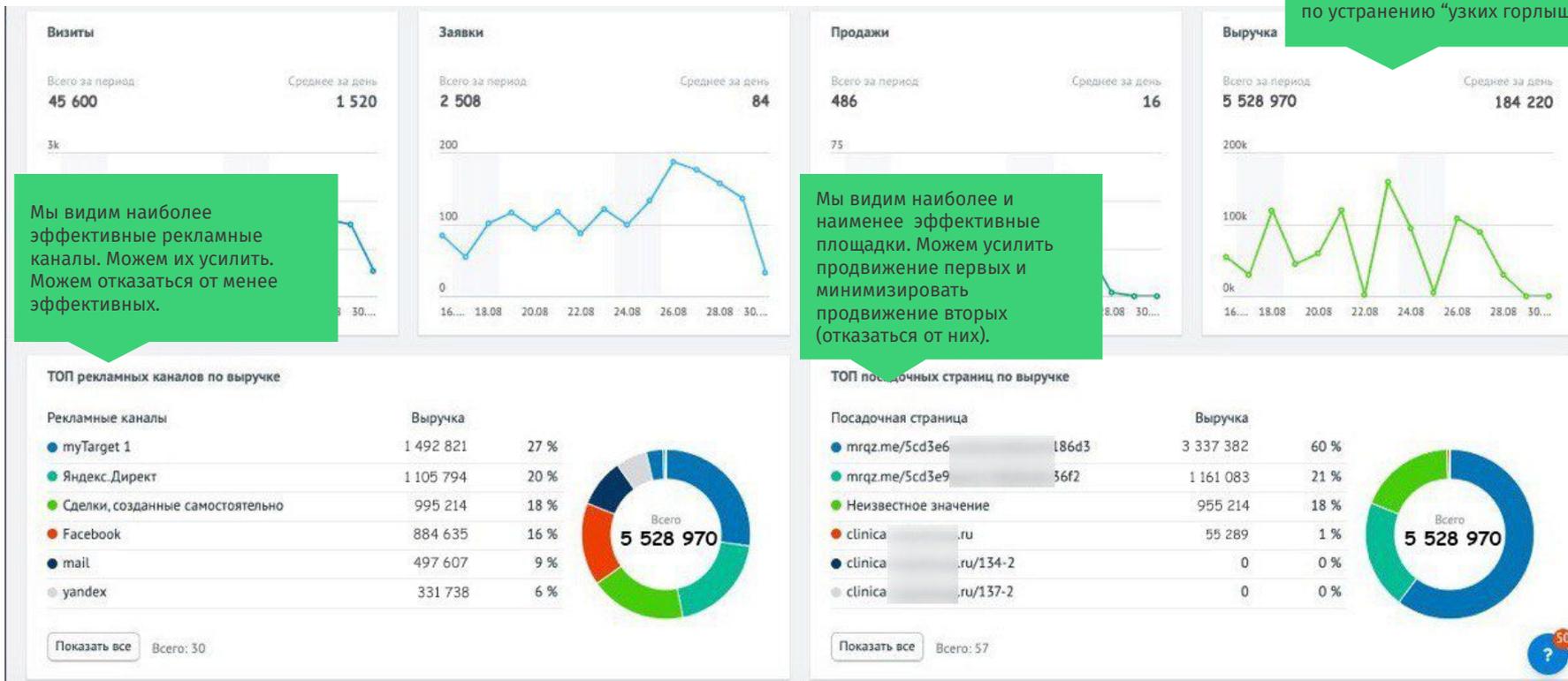
ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

АНАЛИТИКА

ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕГРИРОВАННОЙ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ. ВСЕ ДАННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ НАГЛЯДНО И В ОДНОМ МЕСТЕ. НА ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗОВАННОГО КЕЙСА.



Можно настроить раздел аналитики, из которого будет наглядно видно на каком этапе воронки продаж происходит сбой и клиент "теряется". Т.е. можно вести работу по устранению "узких горлышек".



Мы видим наиболее эффективные рекламные каналы. Можем их усилить. Можем отказаться от менее эффективных.

Мы видим наиболее и наименее эффективные площадки. Можем усилить продвижение первых и минимизировать продвижение вторых (отказаться от них).

Таким образом, настроив сквозную аналитику один раз (и заплатив за настройку один раз), вы можете экономить рекламные бюджеты ежемесячно. Эта экономия составляет до 50% бюджета.

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

АНАЛИТИКА

ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕГРИРОВАННОЙ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ. ВСЕ ДАННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ НАГЛЯДНО И В ОДНОМ МЕСТЕ. НА ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗОВАННОГО КЕЙСА

	 Рекламный бюджет	 Посетители сайта	 Звонки	 Продажи	 Выручка	 ROI
Кампания 1	3 995 \$	2 384	64	14	14 492\$	263 %
Кампания 2	7 122 \$	4 267	122	24	23 857 \$	235 %
Кампания 3	8 726 \$	5 270	168	18	6 800 \$	<u>-22 % !</u>
Кампания 4	12 151 \$	7 278	119	30	41 248 \$	239 %

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

ПЛАТФОРМА ВЕДЕНИЯ ПРОДАЖ

Интеграция платформы АМОсrm

Неважно откуда придет заявка: входящий звонок с сайта, онлайн-чат, заявка внутри соц. сети, заявка после прохождения теста. Также к АмоCRM можно подключить телефоню.С любого источника она попадет в АМОсrm. На менеджера автоматически создается задача связаться с данной заявкой.

Менеджеру удобно работать.

Он не забудет про заявку.

Главный результат от внедрения инструмента - рост конверсии.

УДОБНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ЗАЯВОК

The screenshot displays the AmoCRM interface. At the top, a lead card for 'Лира' is visible, including contact information and a status of 'первый контакт состоялся (7 дней)'. Below this, a list of tasks is shown, with a highlighted task 'Связаться с клиентом' due on 07.04.2019. The interface is clean and user-friendly, with clear navigation and task management options.

Преимущество именно этой платформы перед аналогичными - простота использования. Чтобы работать в ней не надо проходить долгое обучение. Интерфейс интуитивно понятен.



НАШИ КЕЙСЫ

КЛИНИКА «ДОКТОРА НАЗИМОВОЙ»

<https://www.nazimova.com/>

<https://www.instagram.com/clinic.nazimova/>

The image shows a screenshot of the clinic's Instagram profile and a grid of promotional posts. The profile header includes the clinic's logo, name, and follower statistics. The bio lists key services and contact information. Below the bio are icons for various services. The grid of posts features a doctor, a medical illustration, cosmetic products, another doctor, a woman applying cream, and a woman sitting in a chair.

clinic.nazimova Подписки ▾ ...

871 публикаций 5 835 подписчиков Подписки: 510

- 📍 Клиника Назимовой. Москва
- 🏥 Мед. центр м. Юго-западная
- ❤️ 99% положительных отзывов
- 👉 Врачи экспертного уровня
- 🔧 Современные технологии
- 🛋️ Комфорт и доверие
- 🚗 Бесплатная парковка

taplink.cc/clinic.nazimova

Врачи Наши цены Тесты ген... Отзывы Акции Услуги

флебология
Когда нужна консультация флеболога?

У нас новая косметика

IS CLINICAL

Советы КОСМЕТОЛОГА

Врач дерматолог, косметолог

За первый месяц работы статистика аккаунта по охватам и показам выросла примерно в 50 раз!

AGE CLINIC

научный центр эстетической медицины

<https://spb.age-clinic.ru>

https://www.instagram.com/ageclinic_spb/

ageclinic_spb [Подписаться](#) ...

174 публикаций 3 632 подписчиков Подписки: 7

AgeClinic Санкт-Петербург
(812)507-66-11
КЛИНИКА КОСМЕТОЛОГИИ
🔥БОРЕМСЯ С ВОЗРАСТОМ
теперь и в Питере
👩‍⚕️ Врачи с опытом от 10 лет
🔪 ANTI-AGE медицина
🔪 Контурная пластика
taplink.cc/ageclinic_spb

Акции НОСОГУБ... НОСОСЛ... ГУБЫ Авторски... Отзывы ОМОЛОЖ...

МИКРОТОКИ БЕСПЛАТНО
С 18 ПО 24 НОЯБРЯ
+ СКИДКА 10% НА КУРС МИКРОТОКОВОЙ ТЕРАПИИ ИЗ 5 ПРОЦЕДУР

МЕСЯЦ БЕСПЛАТНЫХ ТЕСТ-ДРАЙВОВ

ДЛЯ ЧЕГО НУЖЕН Radiesse

СКИДКА ДО 50%
СТАНЬ МОДЕЛЬЮ AgeClinic

Конверсия в продажу до 65% (1193 обращения в неделю) с помощью воронки продаж в Instagram.
См. кейс подробнее по ссылке <https://clck.ru/KiaJE>



НАШЕ

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА НА АУТСОРСЕ ПО ЭТАЛОННОЙ МОДЕЛИ (ЭМИМ)



четкая, регламентированная структура на всех этапах, начиная с управленческой функции, заканчивая линейными исполнителями



обеспечение среднего и малого бизнеса услугами интернет-маркетинга, которые смогут стать основой его роста, повышения эффективности, удовлетворения амбиций его владельцев, а также предоставляющий топ-менеджерам инструменты решения порученных им задач



команда состоит из Директора по интернет-маркетингу, Digital-стратега, Маркетолога, Аналитика, SERM-специалиста (управление репутацией), Архитектора автоворонк в мессенджерах, SMM-специалиста, Контент-маркетолога, Специалиста по таргетированной рекламе, Специалиста по контекстной рекламе, Копирайтера, Дизайнера, SEO-специалиста, Программиста, Верстальщика, Фотографа и видео-оператора с оборудованием, CRM-специалиста



команда на проект по цене в разы меньше, чем она бы стоила в штате, вся эта команда достигает бизнес задач, а управление ей мы берем полностью на себя

МАРКЕТИНГ

ЦА, УТП, Ценностные предложения, Продуктовая воронка



КОНВЕРТЕРЫ

сайт, лендинги, квизы



ТРАФИК

Директ, Adwords, ВК, Fb, Instagram, Одноклассники



**ПРОГРЕВ И
ВОВЛЕЧЕНИЕ**

ретаргетинг, автоворонки, развитие сообщества в соцсетях



РЕПУТАЦИЯ И CRM

создание положительного образа бренда, доверие пациента от заявки до покупки



ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ В ИТОГЕ?

Мы разработали соответствия эталонной модели интернет-маркетинга. Результатом нашей работы будет полное выполнение всех пунктов чек-листа:

Чек-лист соответствия ЭМИМ

создатель ЭМИМ:

ДЕНИС СМИРНОВ

ПРАКТИКУЮЩИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГ,
ОСНОВАТЕЛЬ СТУДИИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ SMIRNOV DIGITAL
С КОМАНДОЙ 12 ЧЕЛОВЕК

- 11 ЛЕТ ПРАКТИКИ
- БОЛЕЕ 400 ВЫПОЛНЕННЫХ ПРОЕКТОВ
- В 2018 ГОДУ ОСНОВАЛ ШКОЛУ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГОВ
- ОБУЧАЛ СПЕЦИАЛИСТОВ СБЕРБАНКА
- РАБОТАЛ ДИРЕКТОРОМ ПО МАРКЕТИНГУ В КРУПНОЙ КОМПАНИИ
- СПИКЕР В БОЛЕЕ 35 КОНФЕРЕНЦИЯХ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ



НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Пакет “СМДМ Standart”	Пакет “СМДМ Pro”
Маркетинговая стратегия	
Детальное описание продуктовой воронки. Разработка tripwire (легкого входа). Разработка линейки основных продуктов. Разработка максимизаторов прибыли (upsell-линейка). Разработка VIP-линейки. Написание текста офферов (предложений) под каждый продукт. Разработка прогревающей Whatsapp-цепочки дожима	Детальное описание продуктовой воронки. Разработка tripwire (легкого входа). Разработка линейки основных продуктов. Разработка максимизаторов прибыли (upsell-линейка). Разработка VIP-линейки. Написание текста офферов (предложений) под каждый продукт. Разработка прогревающей Whatsapp-цепочки дожима
Трафик	
Яндекс-директ, Google-Adwords, Таргет Facebook, Таргет Instagram, Таргет mytarget (Одноклассники+mail.ru), Таргет Вконтакте, SEO-продвижение	
1 канал на выбор	Все каналы
Инструмент вовлечения	
Квиз (3 шт)	Квиз (10 вариантов)
Инструменты, повышающие конверсию	
Внедрение AmoCRM Разработка регламентов и скриптов продаж для отдела продаж Разработка Landing Page	Внедрение AmoCRM Внедрение Roistat Разработка регламентов и скриптов продаж для отдела продаж Сквозная аналитика SMM + работа с блогерами (в 4 соцсетях) Кросспостинг на площадки блогов (vc, cossa, дзен..) Контент-маркетинг (Email-маркетинг) Управление репутацией Автоворонка в мессенджерах Разработка Landing Page. Создание корпоративного сайта.

НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

	“СМДМ Standart”	“СМДМ Pro”
Настройка системы (+10% от рекламного бюджета)	300 000 руб. (единоразово)	1 800 000 руб. (единоразово) 320 000 руб./мес (в рассрочку)
Период настройки	2 месяца	6 месяцев
Поддержка системы	100 000 руб./мес	300 000 руб./мес

РАСЧЕТ БЮДЖЕТА ПРОЕКТА

Инструменты повышения конверсии

Наименование услуг	Срок	Стоимость
Создание посадочной страницы с индивидуальным дизайном (Лендинг)	до 1 мес.	120 000 руб.
Внедрение сквозной аналитики Roistat	10 дней	150 000 руб.
Создание квиза (Опросника) 1 шт.	до 3 дней создание и наполнение	35 000 руб.
SMM (Развитие сообществ в социальных сетях)/1 соцсеть	до 7 дней настройка, далее ведение и оптимизация	100 000 руб. (ежемес)
Автоворонка в мессенджерах	до 1 мес.	200 000 руб.
Внедрение AmoCRM	до 1 мес.	100 000 руб.
Email-маркетинг	ежемесячно	100 000 руб

ПРОСЧЕТ БЮДЖЕТА ПРОЕКТА

Прежде, чем считать бюджет продвижения, необходимо понять при каких затратах достижимы поставленные цели и сколько необходимо привести для этого ЛИДов.

В этом поможет **Декомпозиция**.
(кликните по ссылке, чтобы открыть просчет)





SMIRNOV DIGITAL
агентство интернет-рекламы

ПОЧЕМУ МЫ?

Мы изначально **выстраиваем прозрачную систему работы**, чтобы влиять на конечный результат.

Мы **оцениваем результат нашей работы** не на этапе поступления заявки, а на этапе покупки этой заявки курса.

Для этого мы выстраиваем систему аналитики и влияем на конкретные цифры через маркетинговые инструменты, решающие конкретные задачи.

Просто привлечения заявок не достаточно для достижения KPI вашей компании.

Мы готовы погрузиться в проект, **быть гибкими в плане реализации стратегии и делать больше** для достижения целей компании.



SMIRNOV DIGITAL

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ**

г.Москва,
ул.Добролюбова д.29/16

www.smirnovdigital.ru

тел.: +7 499 938 62 19

[Возврат к Содержанию](#)