

Чек-лист маркетинга клиники

В этом документе собраны ключевые индикаторы порядка в каждом инструменте маркетинга. Сверьтесь с ним, чтобы найти точки роста вашей клиники.

Стратегия и тактика

- KPI digital-кампании сформированы и они реалистичны
- Определена и сегментирована целевая аудитория и известны её размеры
- Исследован рынок (игроки, тренды, сезонность)
- Исследованы конкуренты (их стратегия и тактика)
- Позиционирование компании сформулировано и для рынка, и для клиентов
- Создан маркетинговый план, roadmap, который направлен на выполнение KPI

Аналитика

- Подключена и Яндекс.Метрика, и Google Analytics
- Коды аналитических систем установлены корректно и протестированы
- Настроены и протестированы цели события на все конверсии
- Включен сбор данных для ремаркетинга
- Включены демографические отчеты, отчеты по интересам и вебвизор
- Настроены оповещения (о недоступности сайта и росте 404 ошибки)
- Настроена сквозная аналитика и колл-трекинг
- Настроен еженедельный отчет по главным KPI

Контекстная реклама

- Настроены рекламные кампании в Яндекс.Директ и Google Ads
- Проведена кросс-минусовка
- Кампании разделены по услугам на поиск и сети
- В кампании на сети есть картинки всех нужных размеров и типов
- Есть все нужные расширения, визитки, уточнения, быстрые ссылки
- Кампании имеют корректные настройки географии
- Заданы лимиты и ограничения
- Все объявления идут на корректные посадочные страницы
- Все объявления размечены UTM-метками
- Известна стоимость обращения и клиента по каждой кампании

Таргетированная реклама

- Настроена реклама и во ВКонтакте, и в Instagram, и в Facebook
- Кампании разделены по типам таргетирования
- Кампании разделены по типам объявлений
- Известна стоимость обращения и клиента по каждой кампании
- Установлены корректные UTM-метки
- Есть объявления для ретаргетинга и на look-a-like аудиторию

Страницы в соцсетях

- Страницы есть и во ВКонтакте, и в Instagram, и в Facebook
- Страницы полностью оформлены, вся информация заполнена
- Публикации регулярны (минимум несколько раз в неделю)
- Публикации соответствуют гайдлайнам дизайна компании
- Публикации готовятся для каждой соцсети по-отдельности
- Стиль общения целевых аудиторий проанализирован и соблюдается в текстах
- На комментарии отвечают в течение часа или быстрее, настроены уведомления
- Нет стоковых изображений и канцеляризмов

Блоггеры

- Есть список из 10-30 блогеров подходящих для наших целевых аудиторий
- Знаем о блогерах все: результативность, процент накрутки, аудиторию, бартер
- Знаем, у кого рекламируются конкуренты и с какими предложениями
- Комментарии пользователей в промо-постах не остаются без ответа
- Регулярно проводим рекламные кампании у блогеров, прямые и нативные

Поисковая оптимизация (SEO)

- Динамика роста позиций сайта отслеживается
- Проводится технический аудит сайта чаще 1 раз в 6 месяцев
- Определены приоритетные услуги для продвижения
- Составлено корректное семантическое ядро по приоритетным услугам
- Над сайтом происходит постоянная дизайн и техническая работа
- Сайт не находится под фильтром Гугла для медицинских сайтов
- Сайт не находится под пессимизационными фильтрами Яндекса

Чек-лист слишком прост?

Обратитесь к менеджеру, он направит внутреннюю версию чек-листа. В нем втрое больше пунктов, и они написаны техническим языком для спецов по рекламе.

Что-то не работает?

Это нормально, клиника — не рекламное агентство. Напишите нам, мы пройдем этот чек-лист вместе, определим KPI и составим стратегию для их достижения.