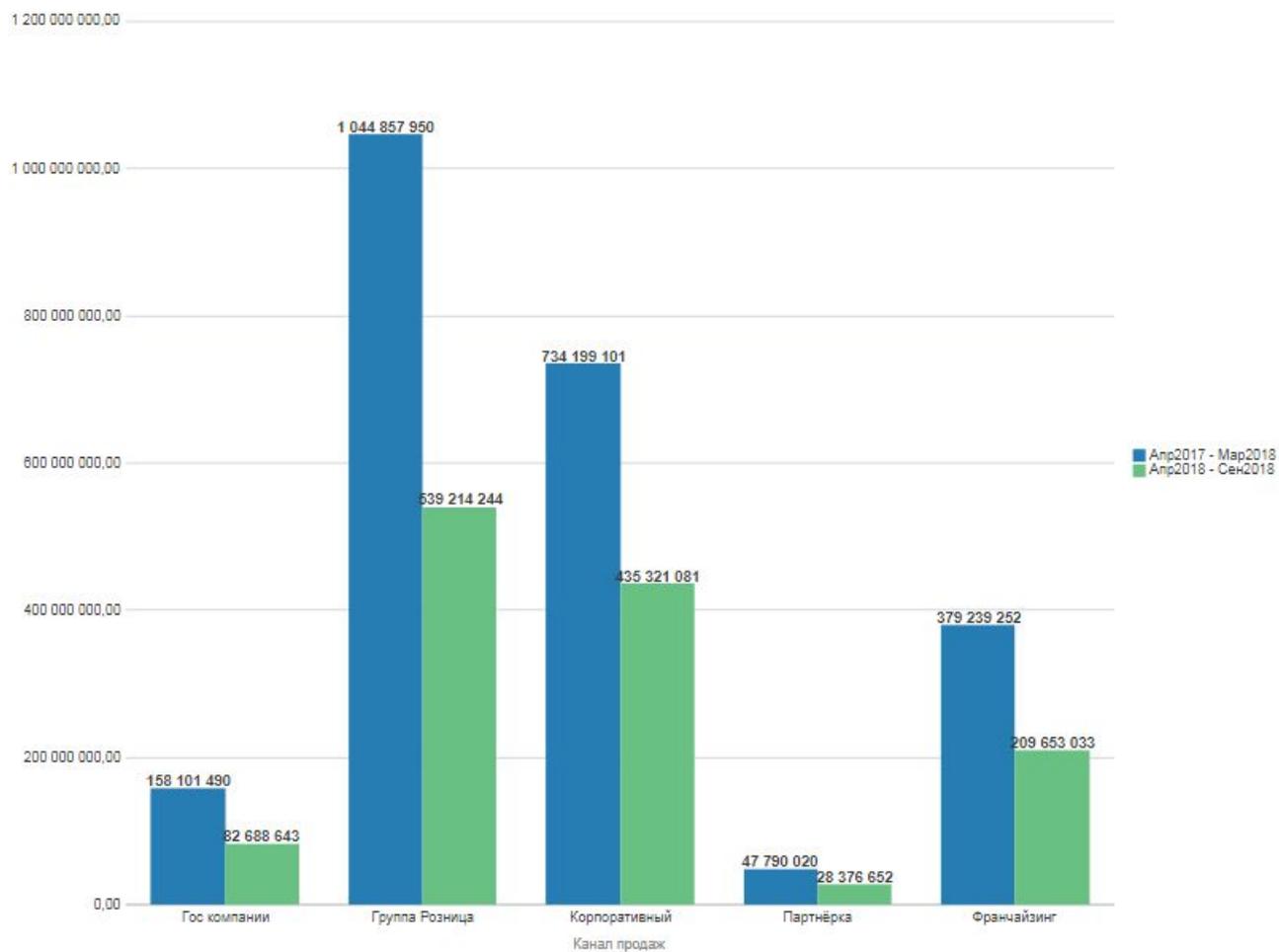




СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ – 2018



* Отчет сформирован на основе данных BI

1. Месторасположение (часть МЦ находится не на первой линии домов и требует дополнительной навигации);
2. Внешнее оформление МЦ (старые вывески, неработающие световые конструкции, вывески со старым логотипом, перерегистрация вывесок);
3. Отсутствие единой централизованной системы работы с пациентами (смс, e-mail-информирование, информирование с помощью администраторов, недостаток информационных материалов в МЦ);
4. Отсутствие участия франчайзи в единой системе информационно-маркетинговых активностей;
5. Необходимость создание единой базы клиентов и формирование новой программы лояльности при работе с пациентами;
6. Наличие локальных скидок в регионах, не согласованных с УК;
7. Отсутствие плана маркетинговых активностей в каждом регионе;
8. Не включение в план продвижения медицинских услуг

Дорогие форматы рекламы;

- Имиджевая реклама;
- Отсутствие планирования;
- Отсутствие контроля эффективности;
- Продвижение продуктов, основанное только на скидках;
- Отсутствие системы работы с новыми и лояльными пациентами.



- Создание плана рекламно-маркетинговых активностей с учетом особенностей регионов;
- Переход на таргетированные форматы рекламы с возможностью контроля эффективности;
- Внедрения системы отчетности по маркетинговым активностям;
- Создание программы лояльности;
- Развитие сайта как канала эффективного привлечения пациентов (лидогенерация);
- Расширение спектра услуг за счет внедрения телемедицины.

Оформление вид МЦ

- Установка дополнительной навигации в МЦ, на участках, где необходимо направить потоки пациентов;
- Контроль внешнего вида МЦ в соответствии со стандартам фирменного стиля;
- Оформление вывесок с учетом износа и требований местного законодательства;
- Оформления входных групп рекламными материалами.

Работа с пациентами

- Создание программы лояльности и единой базы пациентов;
- Создание систем централизованного управления скидками;
- Управление репутацией (работа с отзывами, формирование положительного имиджа компании);
- Повышение частоты обращений постоянных пациентов;
- Привлечение «здоровой» аудитории в качестве клиентов (скрининги, ответственное отношение к здоровью, настороженность хроническими заболеваниями).

Продвижение услуг

- Создание плана продвижения услуг в каждом регионе, включающего в себя работу с розничной сетью, франчайзи, работу с мед.сообществом.
- Создание единой системы информирования пациентов об услугах компании (смс, e-mail-информирование, информирование с помощью администраторов);
- Использование контекстных размещений для рекламы лабораторных и медицинских услуг;
- Расширение региональных SEO-запросов (включая медицинские услуги);
- Разработка системы лидогенерации трафика сайта;
- Внедрение системы контроля эффективности рекламной активности (через УР);
- Централизованное внедрение инициатив;
- Жесткое обоснование региональных потребностей при производстве рекламной продукции;
- Пересмотр системы предоставления скидок пациентам. Снижение количества скидок на местах;
- Приведение локальных услуг к единой номенклатурной системе (в том числе в соответствии с требованиями Минздрава)

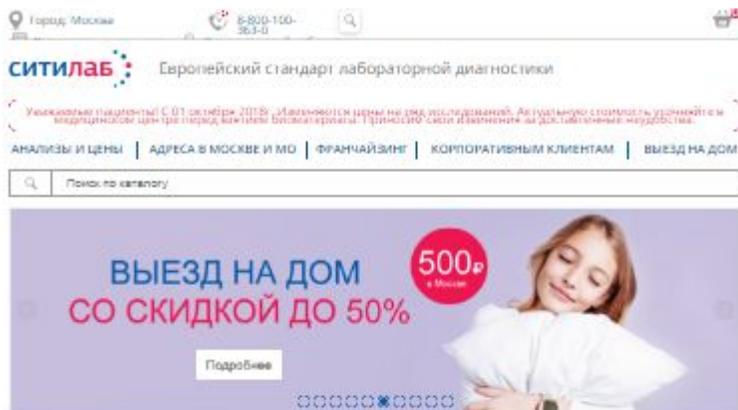
Работа с подрядчиками

- Контроль цен подрядчиков (полиграфическая, сувенирная продукция, контекстное размещение);
- Исключение неэффективных каналов и трат на рекламную продукцию;
- Изготовление продукции, направленной на повышение продаж и лояльности пациентов;
- Создание пула подрядчиков по стране с наиболее эффективным показателем «цена/качество».

Выделение наиболее приоритетных услуг для продвижения (совместно с коммерческим департаментом и директором по рознице)

- ТОП-150 тестов
 - Высокомаржинальные тесты;
 - Наиболее востребованные тесты (по объёму продаж).
- Выезд на дом
- Расшифровка результатов анализов врачом
- Приём врачей
- Комплексы исследований
- Телемедицинская услуга iBolit

1. Баннер на сайте
2. Новость на сайт
3. Описание услуги на сайте
4. Пост в социальных сетях
5. Скрипты для операторов колл-центра и администраторов МЦ
6. Тейбл-тент в МЦ
7. Купон или флаер к чеку
8. Текст на бланке результата анализов
9. IVR
10. Листовка/визитка об услуге
11. Информация на результатах анализов (требуется тестирования с IT отделом)
12. E-mail рассылка
13. СМС-рассылка
14. Контекстное размещение
15. Работа администраторов



География медицинских центров СИТИЛАБ



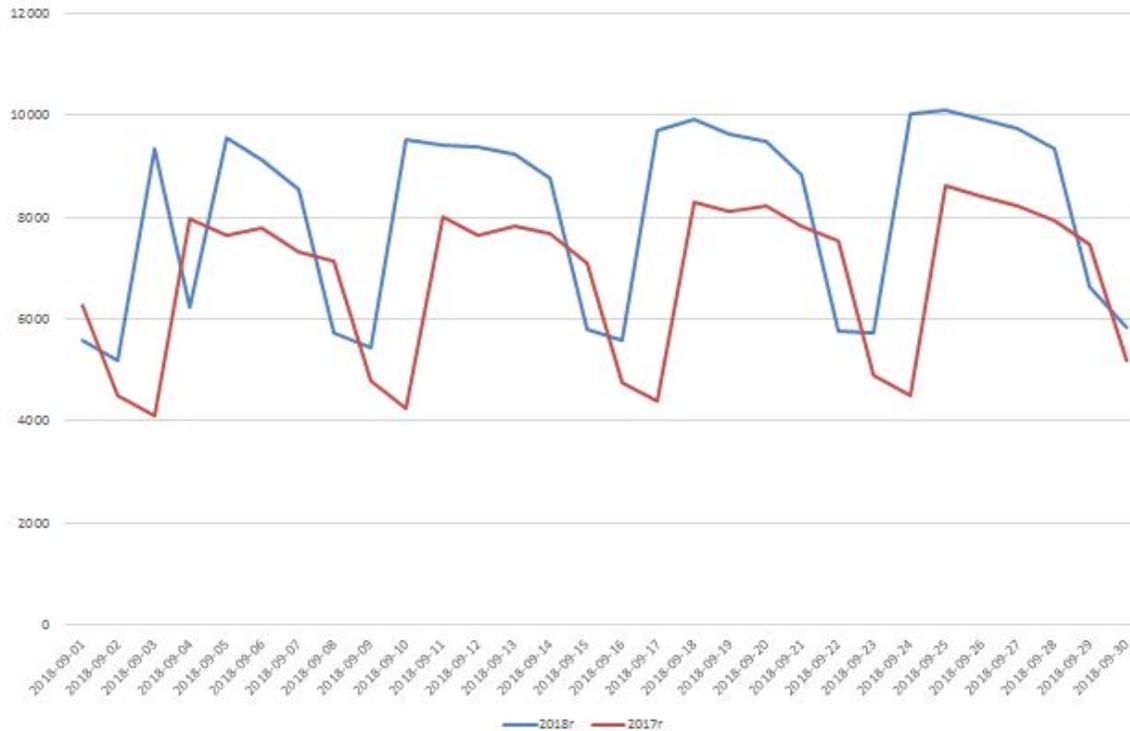
- Постоянная работа с сервисами сайта
- Создание мобильной версии
- Повышение usability сайта
- Динамический поиск исследований
- Уникальный контент
- Обновление лендингов
- Повышение конверсии



Разработка нового сайта

- Обновление системы программирования сайта
- Современная и удобная система CMS
- Автоматизация всех процессов
- Наиболее удобное предоставление информации для посетителей
- Возможность создания новых (в том числе интеграционных сервисов)

Посетители в сентябре 2017 и 2018 гг



- Внешняя оптимизация сайта (расширение семантического ядра по регионам, разработка ссылочной стратегии сайта);
- Внутренняя оптимизация (работа с текстовым и графическим контентом, работа по улучшению конверсии сайта, аналитика по сайту, формы захвата);
- Повышение лидогенерации.

В первую очередь реклама медицинских услуг

- Разработка текстовых блоков и имиджей;
- Подбор ключевых слов;
- Настройка кампании (ЦА, география);
- Прозрачные отслеживание и оценка эффективности кампании;
- Подбор подрядчиков;
- Включение в единую систему рекламно-маркетинговых активностей.



- Анализ негативных размещений;
- Подготовка и публикации качественных положительных упоминаний о компании на тех же платформах;
- Плавное вытеснение негатива;
- Регулярный контроль за репутацией компании в интернете;
- Изучение поисковой выдачи топ-20 по ключевым запросам Яндекс и Google;
- Работа с негативной информацией;
- Размещение позитивных мнений, публикация статей на тематических площадках;
- Оптимизация контента сайта для улучшения поисковой выдачи по ключевым и релевантным запросам;
- Стимуляция посетителей оставлять отзывы об оказанных услугах;
- Формирование устойчивой репутации компании и её поддержание;
- Увеличение количества благодарностей от пациентов.



- Включение рассылок в систему информирования пациентов о новых услугах, сезонных предложениях;
- Информирование врачей с использованием рассылок;
- Возможность настройки таргета для повышения конверсии;
- Масштабирование рассылок на всю страну. На основе данных выполненных анализов пациентов;
- Прицельное предложение для конкретной целевой аудитории.



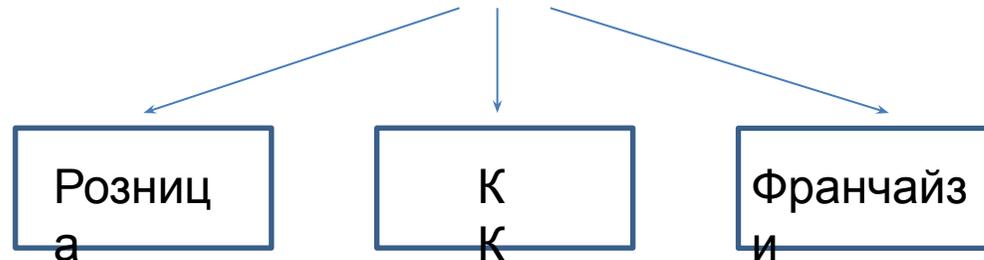
- Стандартизированный подход к проведению рекламных активностей;
- Включение всех МЦ в единую систему мероприятий;
- Оптимизация расходов за счет контроля за изготовлением продукции и цен подрядчиков;
- Переход на таргетированные обращения к пациентам;
- Контроль скидок и акционных предложений в регионах;
- Использование недорогих, эффективных и легко проверяемых на эффективность каналов;
- Рост выручки 5-7%.

Маркетинг

УК

Интернет продвижение (SEO)
Контекстная реклама /таргет
E-mail рассылки
Разработка нового сайта Ситилаб
Репутация бренда (работа с сайтами-отзовиками)

Полиграфическая и сувенирная продукция (листочки, лифлеты, грамоты, буклеты, монетницы, детская продукция и т.д.): розница, КК, франчайзи,
Общонаправительные бланки



Заложены в бюджетах регионов
Изготавливается УК