Классическая гинекология от Петросян Анны Сергеевны

**Врач акушер-гинеколог**
**Кандидат медицинских наук**

**Блог о гинекологии**

**Москва**

**petr.anna@gmail.com**

**#doctor_anna**

**http://pregnant-expert.ru/**

Доктор Анна Мама
о педиатрии и не только

**doctor_annamama**
Левадная Анна Викторовна
💊Педиатр и неонатолог
🔬Кандидат медицинских наук
📃Блог о педиатрии
📍 Москва
📩annamamamail@mail.ru
➡#аннамама_гидпотегам
💻Сайт annamama.ru

## Мониторинг и сравнение репутации конкурентов

1. Педиатрия. Сайт https://annamama.ru
блог, страницы в социальных сетях Facebook, Vk, Instagram.

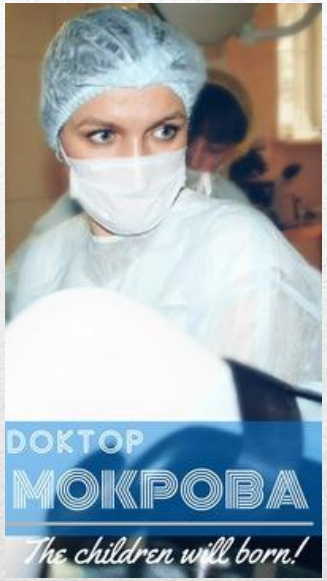
2. Формат общения: нарративный, вопрос-ответ

3. Количество подписчиков в сети

Instagram **468 тыс**.
Vk **905 участников**
Facebook **1337**

4. Instagram
Среднее количество лайков **7.000**
Среднее количество просмотров видео **130 тыс**.
Среднее количество комментариев **500**

***Формат присутствия и характер продвижения персонального бренда.***




Репродуктолог Мокрова А.С

- Врач гинеколог-репродуктолог
- Мокрова Анастасия Сергеевна

Помогаю обрести счастье материнства

Успешно лечу:

- Бесплодие
- Невынашивание

vk.com/doctor_mokrov

## Мониторинг и сравнение репутации конкурентов

1. Репродуктология. блог, страницы в социальных сетях, Vk, Instagram.

2. Формат общения: нарративный, вопрос-ответ

3. Количество подписчиков в сети

Instagram **48,5 тыс**.
Vk **14.944 участника**

4. Instagram
Среднее количество лайков **500**
Среднее количество просмотров видео **3.000**
Среднее количество комментариев **40**

***Формат присутствия и характер продвижения персонального бренда.***

# ПОСЕЩАЕМОСТЬ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ

# ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

1) Создание сообществ
2) Контент-менеджмент
3) Комьюнити-менеджмент
4) Таргетированная реклама
5) Органическая реклама
6) Сотрудничество с блогерами
7) Креативные спецпроекты (вирусное видео, конкурсные активности)

| День/Время | Пост 1, 11:00 | Пост 2, 14:00 | Пост 3, 16:00 | Пост 4, 20:00 | Пост 5, 22:00 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Понедельник** | Цитата – мотиватор | Рубрика «Новости гинекологии» | Факты из мира гинекологии | Рубрика «Вопрос-ответ» | Интересное видео |
| **Вторник** | Полезная статья | Интересное видео | Рубрика «Новости гинекологии» | 5 фактов о женском бесплодии | Цитата – мотиватор |
| **Среда** | Цитата – мотиватор | Рубрика «Вопрос-ответ» | Интересное видео | Рубрика «Новости гинекологии» | Рубрика «Известные гинекологи» |
| **Четверг** | Интересное видео | Факты из мира гинекологии | Рубрика «Вопрос-ответ» | Рубрика «женское здоровье» | Интересное видео |
| **Пятница** | Полезная статья | Рубрика «Известные гинекологи» | Интересное видео | Факты из мира гинекологии | Красивое фото |
| **Суббота** | Цитата – мотиватор | Рубрика «Новости гинекологии» | Рубрика «Вопрос-ответ» | Интересное видео | Факты из мира гинекологии |
| **Воскресенье** | Цитата – мотиватор | Рубрика «женское здоровье» | 5 фактов о женском организме | Интересное видео | Полезная статья |

# Контент – план (Instagram)

**VK. 12/01/2017**
*Запуск конкурса.*
*Факты о женском организме.*

В течение недели каждый день будет выставляться один вопрос на знание женского организма.
По истечении срока будут подведены итоги и собраны лучшие результаты.
Победитель конкурса получает в подарок книгу «Главная книга женщины» Дмитрия Лубнина и бесплатную первичную консультацию в клинике «Дар Жизни» Центр классического акушерства.

Instagram 2/03/2017

*Опрос.*
Как вы считаете полезно и нужно ли будущим мамам посещать
Школу для беременных?

*Основные цели:*

1. Вовлечение аудитории и удержание внимания.
2. Вопрос должен быть простым (ответ: да или нет)
3. Вопрос – скрытая реклама. Перед запуском Школы для беременных в клинике.
4. Вопрос должен быть актуален для подписчиков, тема должна быть интересная и соответствовать тематике блога.

*Общие показатели:*

♦Создание и внедрение стратегии развития бренда в интернете.

♦Создание контент-плана.

♦Работа с социальными сетями, их регулярное ведение, реакция на вопросы аудитории. построение коммуникации с пользователями.

♦Создание статей для блога.

♦Работа с генерацией трафика на площадках.

♦Анализ результатов, оптимизация PR-кампаний.

*Детальный план:*

♦Публикация эксклюзивного контента

♦Рассылка приглашений

♦Участие в коммуникации в тематических сообществах

♦Публикация эксклюзивного контента, обучающих материалов.

## План продвижения персонального бренда