



Продвижение медицинских услуг через контекстную рекламу

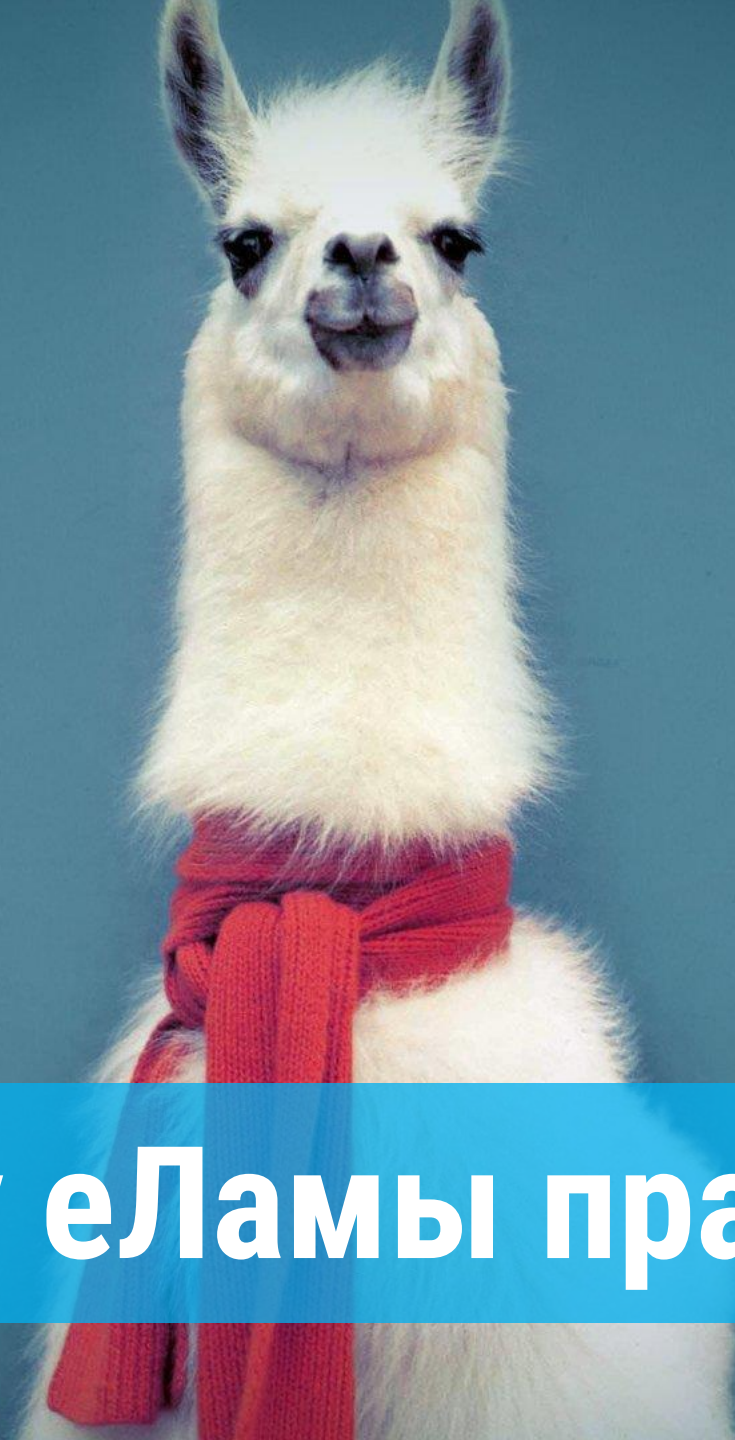
Особенности и подводные камни

Никита Кравченко

eLama.ru

facebook.com/nik.kravchenko

n.kravchenko@elama.ru



Откуда у еЛамы практика?

Индивидуальное обслуживание в eЛаме

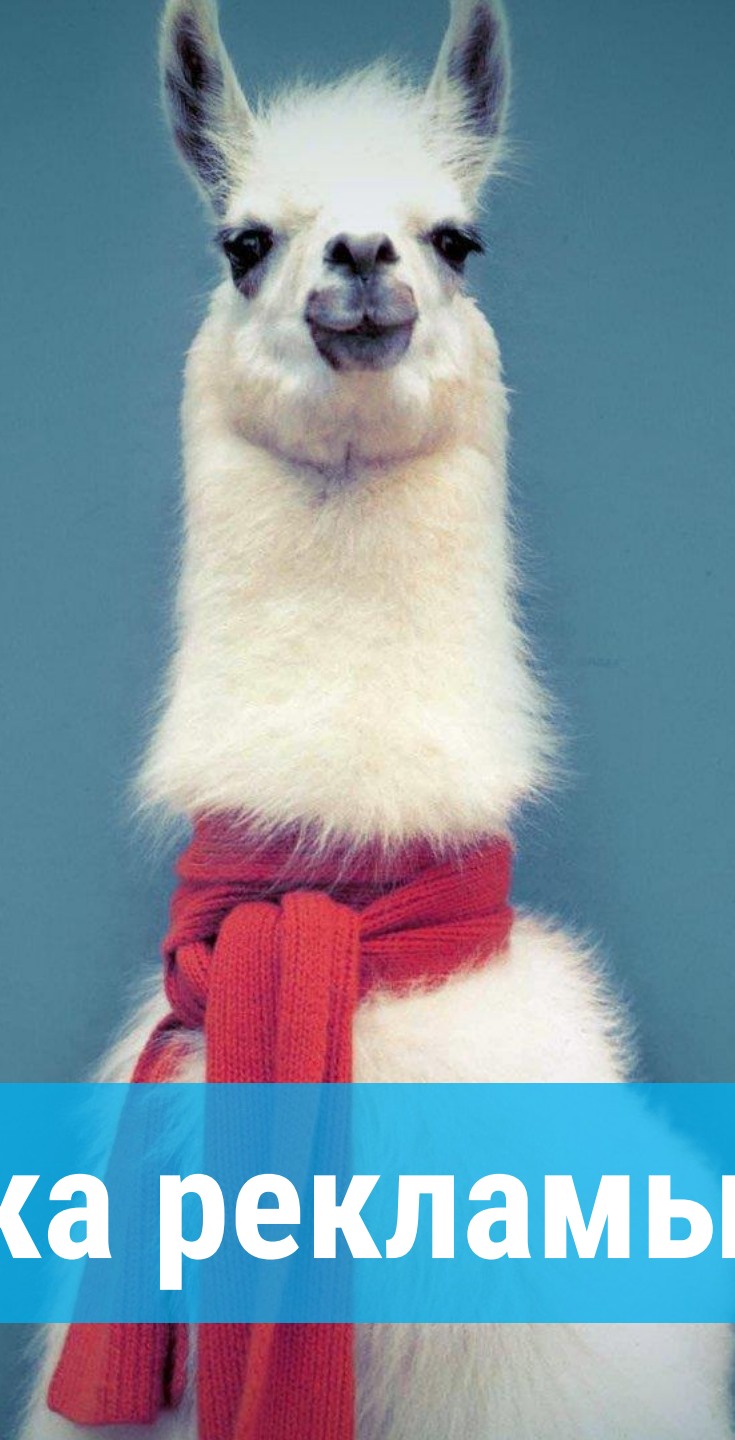
- Контекстная реклама «под ключ»
- При бюджетах от 300 000 рублей в месяц – бесплатно
- eLama.ru/services/agency

Клиенты из медицины

- Клиники общей направленности и многопрофильные медцентры (Москва, СПб, регионы)

Клиенты из медицины

- Клиники общей направленности и многопрофильные медцентры (Москва, СПб, регионы)
- Специфические направления: наркология, МРТ-исследования



Специфика рекламы клиник

Специфика

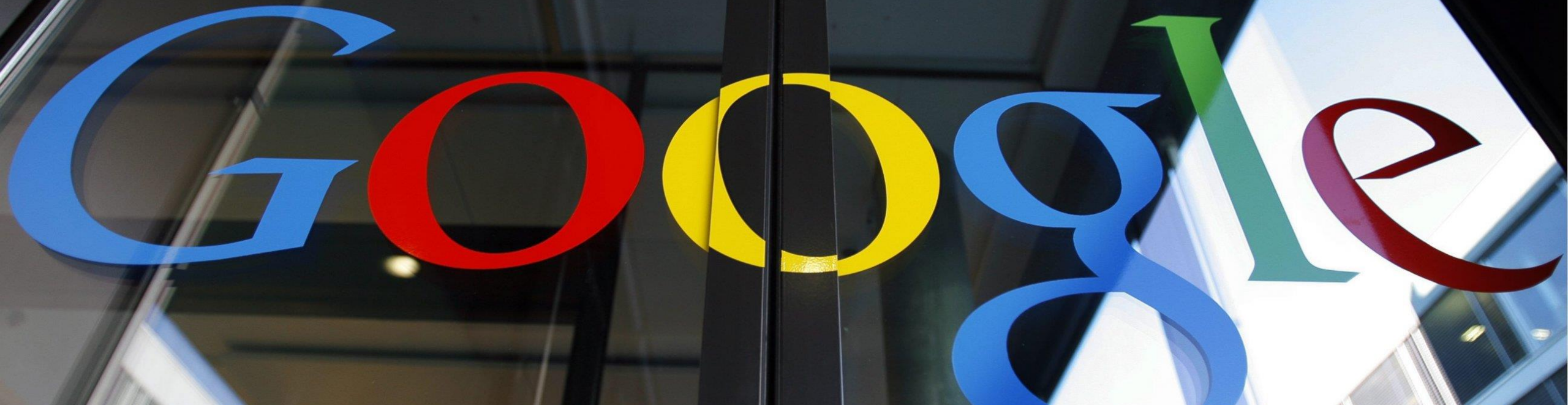
- Реклама медицинских услуг регулируется законодательством

Специфика

- Реклама медицинских услуг регулируется законодательством
- У рекламных систем есть свои собственные требования и ограничения

Специфика

- Реклама медицинских услуг регулируется законодательством
- У рекламных систем есть свои собственные требования и ограничения
- Не всегда понятные и очевидные



Google AdWords

Google AdWords

Запрещено:

- Медицинские услуги
- Многие косметологические услуги (татуаж, липосакция...)
- Т.н. традиционная медицина (акупунктура, например)

Если в объявлении есть

- Приём, Осмотр, Консультация, Помощь...
- Вылечить, Лечение, Операция...
- Выезд, Уход, Реабилитация...
- Инъекции, Вакцины...
- Диагностика, Обследование...

Модерация может не пропустить

Статус объявления

Одобрено (с ограничениями)

=

Показов рекламы не будет

А как тогда?

- Реклама медицинского учреждения в общих словах, без какого-либо упоминания самих услуг

А как тогда?

- Реклама медицинского учреждения в общих словах, без какого-либо упоминания самих услуг
- Области медицины, но не процедуры

Да

- Клиника 33 зуба
- Врачи высшей категории
- Врач-ортопед
- Ортодонтия

Нет

- Центр лицевой хирургии
- Исправление прикуса
- Лечим зубы недорого
- Онлайн-консультация
- Запись на приём

Поисковая реклама в AdWords

Можно упоминать:

- специальности врачей и области медицины (но не услуги и процедуры)

Поисковая реклама в AdWords

Можно упоминать:

- специальности врачей и области медицины (но не услуги и процедуры)
- конкурентные преимущества (скидки, опытные врачи и т.д.)

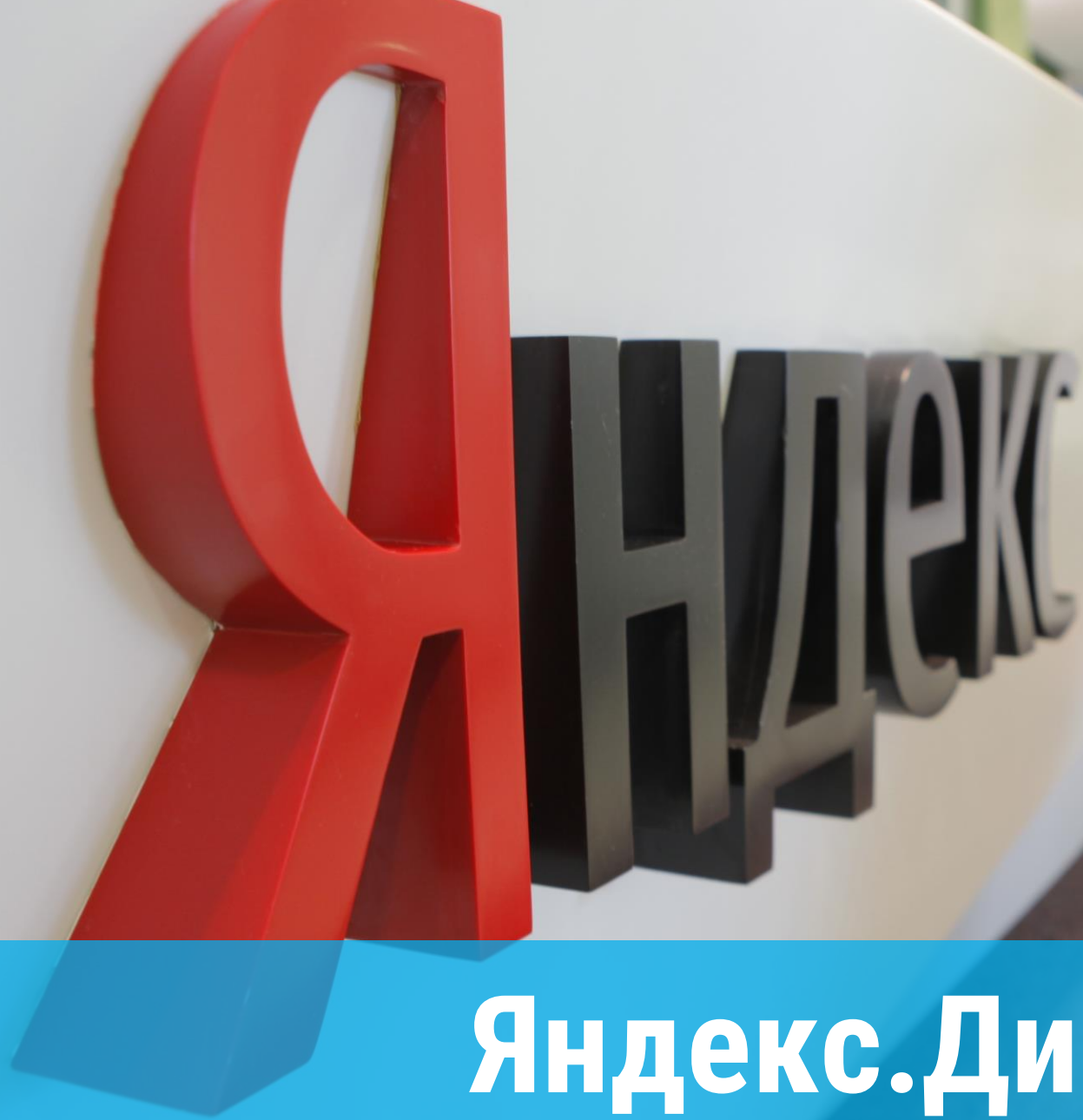
Поисковая реклама в AdWords

Можно упоминать:

- специальности врачей и области медицины (но не услуги и процедуры)
- конкурентные преимущества (скидки, опытные врачи и т.д.)
- название клиники (если оно не содержит в себе наименование услуги)

И как добиваться релевантности?

- Объявления по всем правилам
- Подстановка ключа в заголовок
- DSA (мощно, но нестабильно)



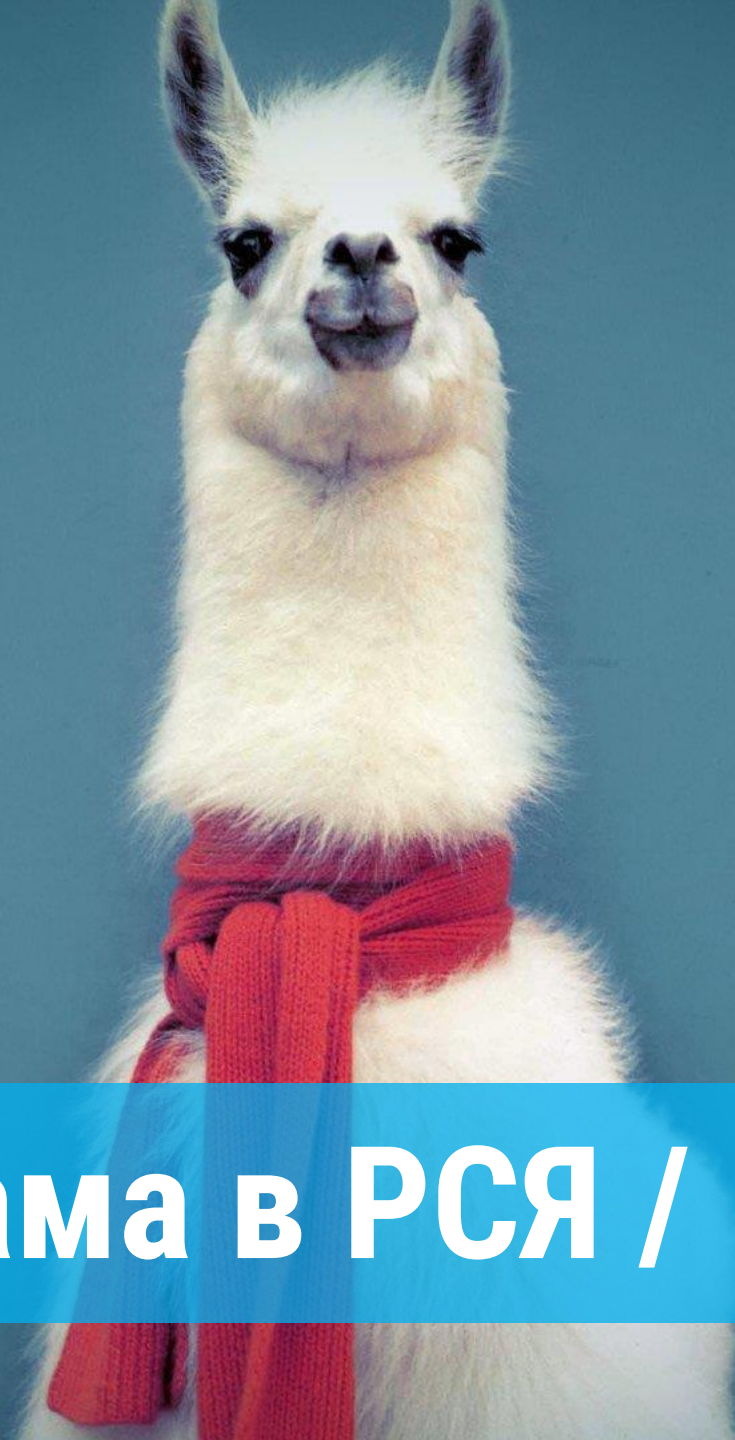
Яндекс.Директ

Поисковая реклама в Директе

- Более понятные правила игры, легче запустить рекламу

Поисковая реклама в Директе

- Более понятные правила игры, легче запустить рекламу
- Конкуренция выше, у потребителя больше выбор, конверсия ниже



Реклама в РСЯ / КМС

Ремаркетинг

- В Директе запрещён ретаргетинг в медицинских тематиках

Ремаркетинг

- В Директе запрещён ретаргетинг в медицинских тематиках
- Рекламируемся в AdWords (но деликатно)

Креативы в сетях

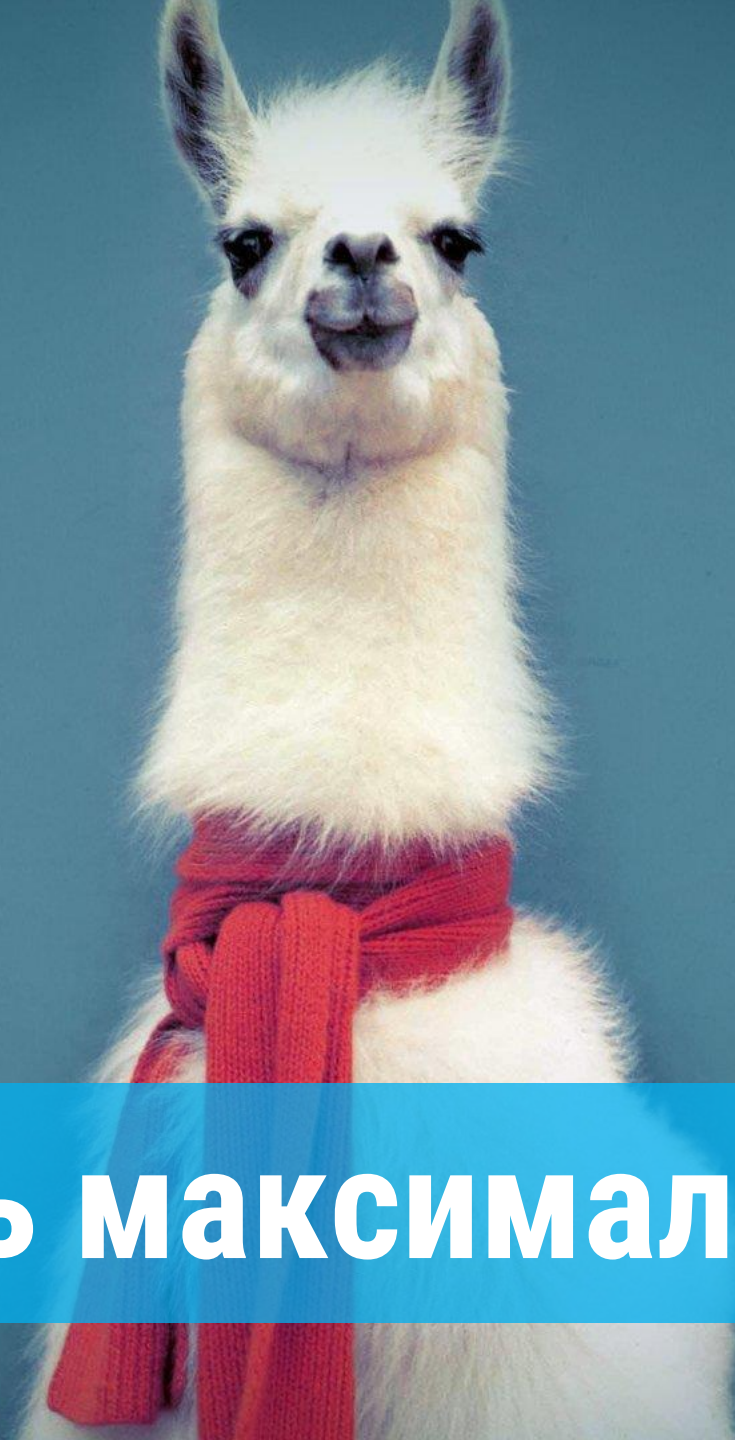
- Рекламные системы не терпят жесты в объявлениях, да и заказчики тоже

Креативы в сетях

- Рекламные системы не терпят жесты в объявлениях, да и заказчики тоже
- Используем позитивные образы врачей

Креативы в сетях

- Рекламные системы не терпят жесты в объявлениях, да и заказчики тоже
- Используем позитивные образы врачей
- Пишем понятный адрес клиники (мы рядом)



Как получить максимальный охват

Максимальный охват

- Специализация врача: аллерголог спб, приём аллерголога, платный аллерголог

Максимальный охват

- Специализация врача: аллерголог спб, приём аллерголога, платный аллерголог
- Заболевания, которыми занимается специалист: аллергия, крапивница, атопический дерматит

Максимальный охват

- Специализация врача: аллерголог спб, приём аллерголога, платный аллерголог
- Заболевания, которыми занимается специалист: аллергия, крапивница, атопический дерматит
- Симптоматика: чешутся глаза, заложенность носа

Максимальный охват

- Специализация врача: аллерголог спб, приём аллерголога, платный аллерголог
- Заболевания, которыми занимается специалист: аллергия, крапивница, атопический дерматит
- Симптоматика: чешутся глаза, заложенность носа
- Гео: районы, улицы и станции метро



Конкуренция

Конкуренция

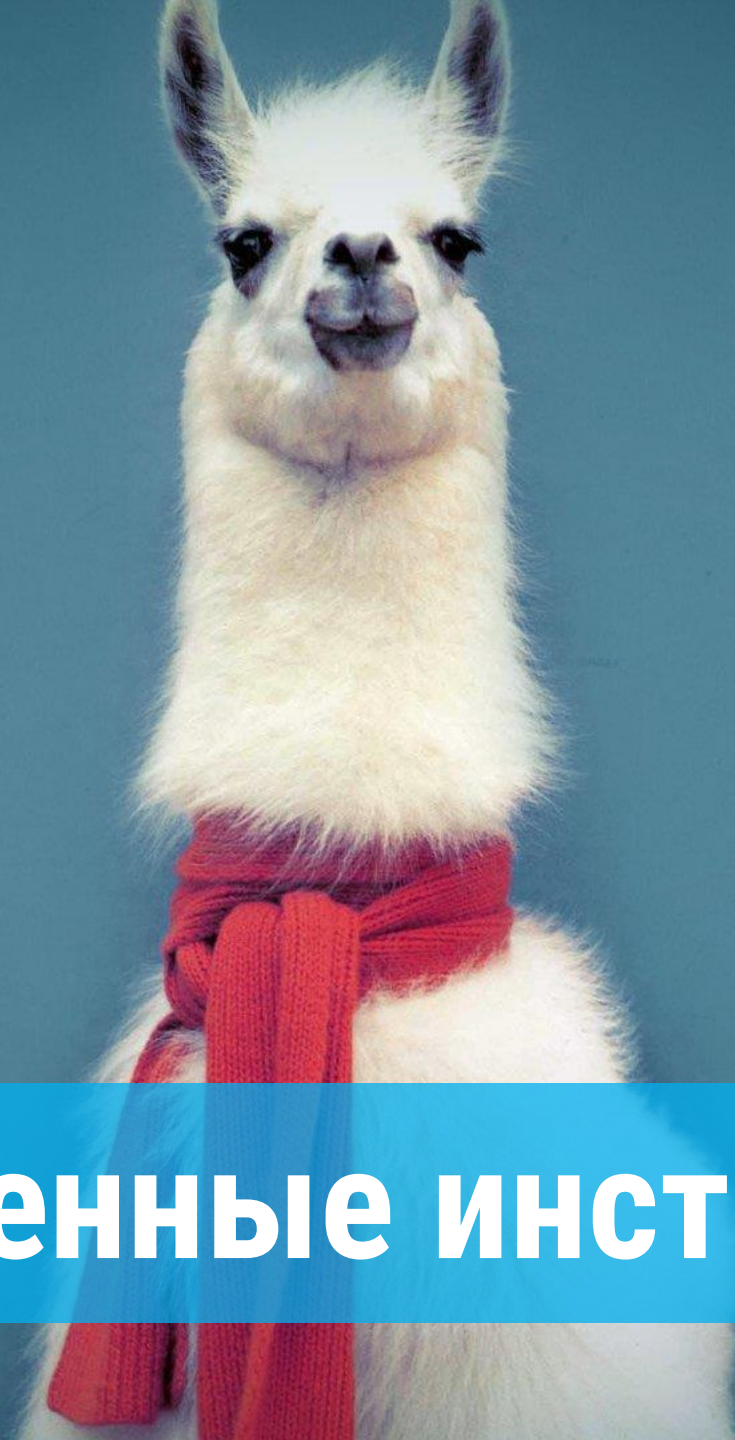
- По отдельным направлениям конкуренция может быть в разы выше: гинекология, урология, пластическая хирургия

Конкуренция

- По отдельным направлениям конкуренция может быть в разы выше: гинекология, урология, пластическая хирургия
- Важно следить за ценой клика и повышать качество объявлений по сравнению с конкурентами

Повышение эффективности объявлений

- Повышение релевантности за счет подстановки ключа и DSA
- Работа с расширениями:
структурированные описания, промоакции



Недооцененные инструменты

DSA в Google AdWords

- **Динамические поисковые объявления**

DSA в Google AdWords

- Динамические поисковые объявления
- Поисковые запросы подбираются на основе содержимого сайта

DSA в Google AdWords

- Динамические поисковые объявления
- Поисковые запросы подбираются на основе содержимого сайта
- Текст объявлений пишем сами, заголовок формирует динамически

DSA в Google AdWords

- Динамические поисковые объявления
- Поисковые запросы подбираются на основе содержимого сайта
- Текст объявлений пишем сами, заголовок формирует динамически
- При этом могут подтянуться «запрещенные» формулировки, которые модерация не пропустила бы

Call-only Campaigns в Google Ads

- Вместо заголовка – номер телефона

Call-only Campaigns в Google Ads

- Вместо заголовка – номер телефона
- Вместо перехода на сайт – звонок

Call-only Campaigns в Google Ads

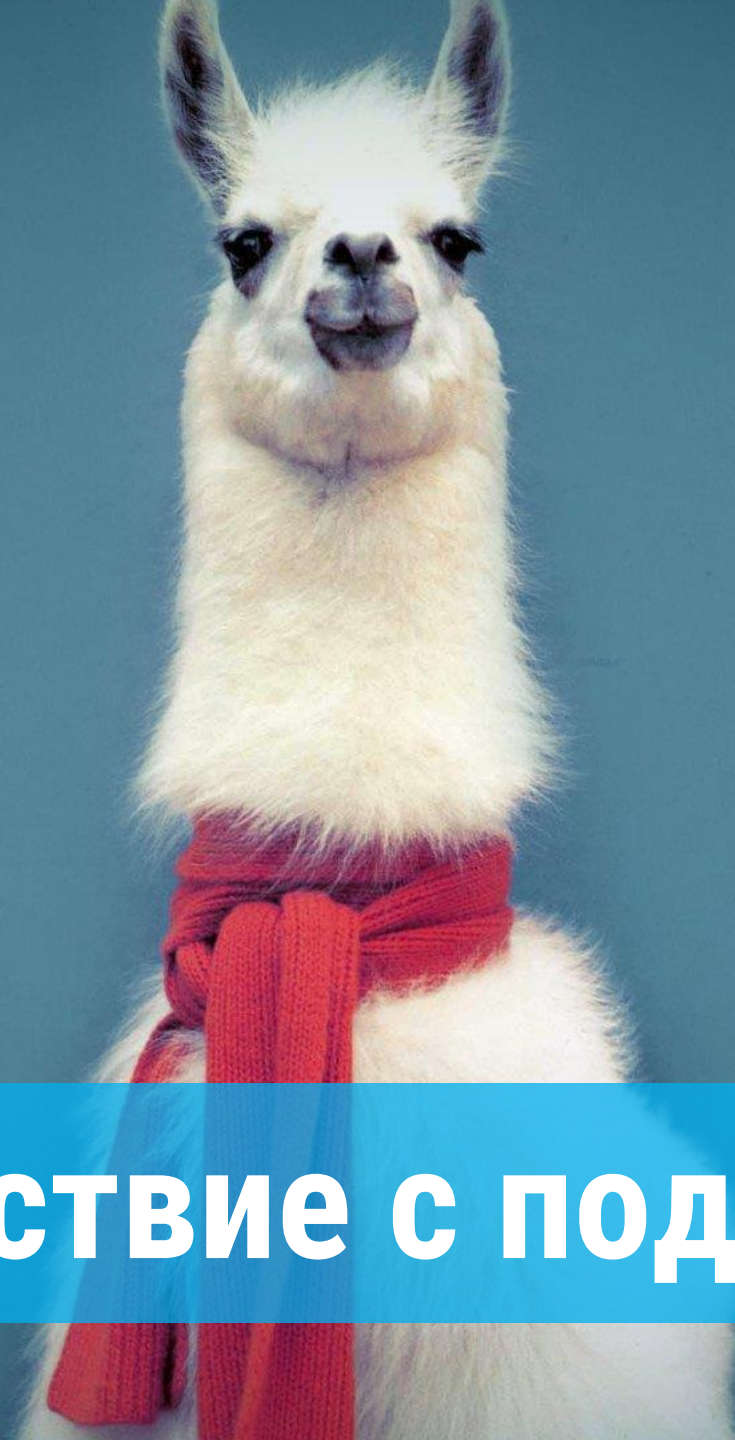
- Вместо заголовка – номер телефона
- Вместо перехода на сайт – звонок
- Call-only – отдельная кампания только для смартфонов, в основной кампании делаем корректировку -100%

Узкие геотаргетинги

- Таргетинг на город: основная ставка
- Таргетинг на район: +25%
- Таргетинг на радиус 2 км вокруг клиники: +25%

Умные кампании в КМС

- Могут неплохо работать в больших аккаунтах, где много данных
- Дополнительные конверсии (но не дешевые)



Взаимодействие с подрядчиком

Взаимодействие с подрядчиком

- Ставим четкие KPI, которые напрямую связаны с задачами клиники: количество записей на определенные направления, при цене записи не более X

Взаимодействие с подрядчиком

- Ставим четкие KPI, которые напрямую связаны с задачами клиники: количество записей на определенные направления, при цене записи не более X
- Тщательно отслеживаем эффективность: все каналы записи, обязательно колтрекинг

Взаимодействие с рекламными системами

- Регулярно общаться с менеджером, обсуждать возможности повышения эффективности и риски нарушения правил (чтобы не словить блокировку аккаунта)



Выводы

Выводы

- Контекстная реклама может быть эффективной и приносить прибыль

Выводы

- Контекстная реклама может быть эффективной и приносить прибыль
- Для этого нужно выстраивать полноценную стратегию работы со всеми инструментами Яндекс.Директа и Google AdWords

Выводы

- Контекстная реклама может быть эффективной и приносить прибыль
- Для этого нужно выстраивать полноценную стратегию работы со всеми инструментами Яндекс.Директа и Google AdWords
- И по необходимости подключать компетентных специалистов

Индивидуальное обслуживание в eLama

- Контекстная реклама «под ключ»
- При бюджетах от 300 000 рублей в месяц – **бесплатно**

eLama.ru/services/agency



Спасибо за внимание!

Никита Кравченко

eLama.ru

facebook.com/nik.kravchenko

n.kravchenko@elama.ru