Здравница-2019

“Digital-маркетинг для санаториев: как получить максимальную эффективность от продвижения в интернете”

DigitalWill Hotel's Best Friend

Кто мы

1. **10 лет опыта в digital-маркетинге гостеприимства: помогаем санаториям и отелям увеличивать доходность, увеличивая прямые продажи.**
2. **Делимся опытом на мероприятиях, в т.ч. каждый вторник в 10:00 прямые эфиры на Фейсбуке.**
3. **Делимся опытом в блоге на нашем сайте https://digitalwill.ru/blog и в профильных изданиях.**

DigitalWill Hotel's Best Friend

Почему санатории чаще всего начинают работу в digital-маркетинге?

Желание заработать больше с помощью выхода в интернет.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Не начинайте работу с этого утверждения, если вы хотите работать эффективно и на результат.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Сколько нужно вложить денег в digital-маркетинг, чтобы заработать 10 млн?

DigitalWill Hotel's Best Friend

– В 2018 году в России оздоровилось 7 млн чел.

– На 10, 7 % больше, чем в 2017 году.

DigitalWill Hotel's Best Friend

2019 год

1. Реклама дорожает: Яндекс +27%, общемировая тенденция +10%.
2. Рекламная выручка Mail.ru Group выросла на 38% за 2018 год.
3. 2018 год: 10% бюджета на digital – аналитика и изучение потребителя.
4. Фейсбук уже анонсировал новость о том, что пользователи смогут запретить отслеживание своих данных для таргетинга.
4. Digital-инструменты работают для каждого санатория по-разному.

Что же делать?

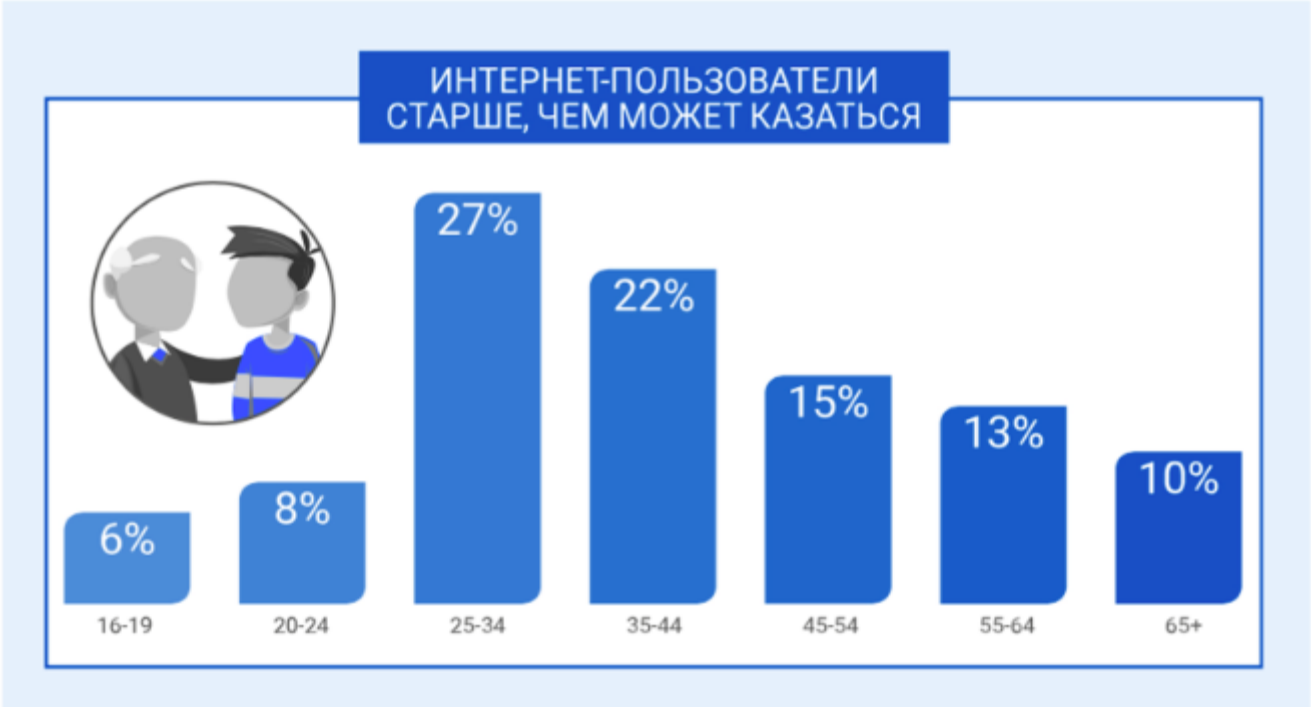
DigitalWill Hotel's Best Friend

Начинать работу в digital-маркетинге

Важно!

- Правильно рассчитать бюджеты. Без бюджета не начинать.
- Настроить аналитику (какие KPI ставите и как их отслеживаете).
- Работать с подрядчиками, у которых есть опыт работы с объектами из сферы гостеприимства.

DigitalWill Hotel's Best Friend



DigitalWill Hotel's Best Friend

Перед началом продвижения определяемся с позиционированием:

- Лечение.
- Развлечение и отдых.

Важно! Digital-маркетинг не решает проблемы сервиса.

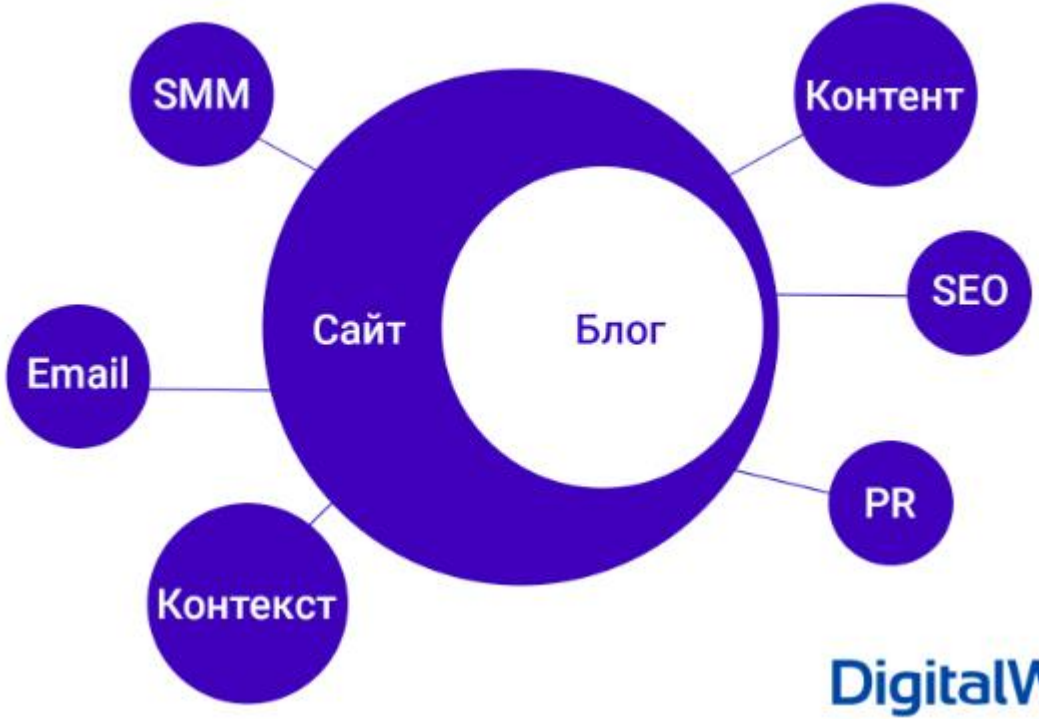
Сначала необходимо решить вопросы с сервисом в санатории, потом заняться digital.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Этапы работы. Как начать

- Продукт + ЦА + сайт + контент-маркетинг.
- Начало коммуникации с гостями.
- Развитие отношений с аудиторией и улучшение продукта.

DigitalWill Hotel's Best Friend



DigitalWill Hotel's Best Friend

DigitalWill Hotel's Best Friend

Блог врача как эффективный инструмент продвижения услуг здравницы

Что даёт блог врача:

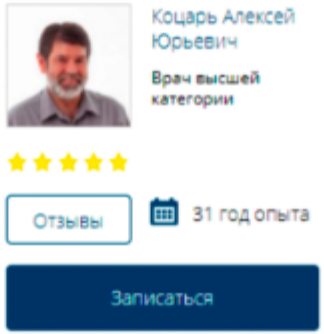
- Демонстрирует компетентность.
- Отвечает на вопросы пользователей.
- Предоставляет решение проблемы пользователю.
- Повышает доверие к учреждению.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Блог врача как эффективный инструмент продвижения услуг здравницы

Тематика:

- Новости.
- Профильные статьи о здоровье.
- Медицинский словарь.
- Видеоролики.



Обязательно страница о докторе: фото, специализация, стаж работы, отзывы.

Как часто: 1-2 раза в неделю. Контент-план — обязательно.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Как привлечь пользователей:

1. **Продающий сайт санатория.**
2. **Контекстная реклама.**
3. **SEO.**
4. **Работа с медицинскими порталами.**
5. **Платные и бесплатные активности в соцсетях.**
6. **Email-маркетинг.**
7. **PR.**

DigitalWill Hotel's Best Friend

Сроки возврата инвестиций

Контекстная реклама	Email-маркетинг	Карты и online чат — первый клиент	SEO	Разработка и доработка сайта (юзабилити)
2–4 недели	1–2 недели	условно 1 день	год и более	от 6 мес. до 3 лет
	+ учитывать лояльность — срок выше		в зависимости от стартовых позиций	

DigitalWill Hotel's Best Friend

Пошаговый алгоритм правильной рекламной кампании в Интернете

Ведение рекламной кампанию по правилам:

- Подготовка документов для Яндекс для прохождения модерации текстов, связанных с лечением.
- Формирование пула запросов про специализацию санатория.
- Формирование запросов про санатории и лечение в данном регионе.
- Настройки РК должны соответствовать условиям экономии и сдерживанию. Стратегия должна охватывать только целевую аудиторию.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Кейс: санаторий в Подмосковье

Использованы инструменты:

- Поисковая реклама санатория в Подмосковье.
- Поисковая реклама по заболеваниям профиля санатория.
- РСЯ запросов санатория (Медицинские).
- РСЯ запросов отдыха в Подмосковье (не медицинские).
- РСЯ конкурентов (не медицинские).

DigitalWill Hotel's Best Friend

Кейс: санаторий в Подмосковье

Итоги

Средняя цена клика — 12.1руб.

Трафик составляет 3 500 переходов.

Бюджет — 42 370 руб.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Почему нужна интернет-реклама?

Динамика роста интернет-рекламы:
В 2016 г. – на 21 %
В 2017 г. – на 14 %.
В 2018 г. – на 17,9%.

Уже в 2017 г. впервые доля интернет-рекламы обогнала ТВ.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Какие инструменты контекстной рекламы нужно использовать санаториям:

1. **Баннерная реклама в сетях.**
2. **Ремаркетинг и ретаргетинг.**
3. **Поисковая реклама.**
4. **Картографические сайты.**
5. **Реклама на TouTube.**
6. **Реклама в социальных сетях.**

DigitalWill Hotel's Best Friend

SEO

Это оптимизация сайта под поисковые системы. Т.е. специалист делает так, чтобы пациенты находили именно вас.

1. Внутренняя и внешняя оптимизация обязательна.
2. Написание текстов, ориентированных на людей и на поисковые системы. Регулярное обновление контента.
3. Представьте врачей на сайте, согласно требованиям алгоритма YMYL от Google.
   Не знаете как это? Напишите на почту welcome@digitalwill.ru и наш специалист расскажет вам об этом.

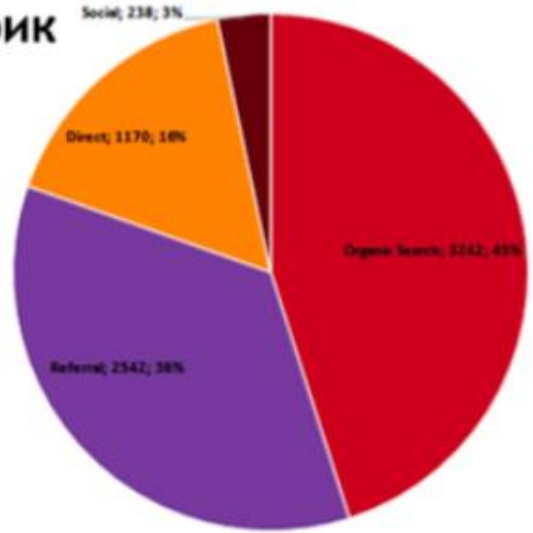
1. Сочетайте SEO-оптимизацию с PR и SMM.

DigitalWill Hotel's Best Friend

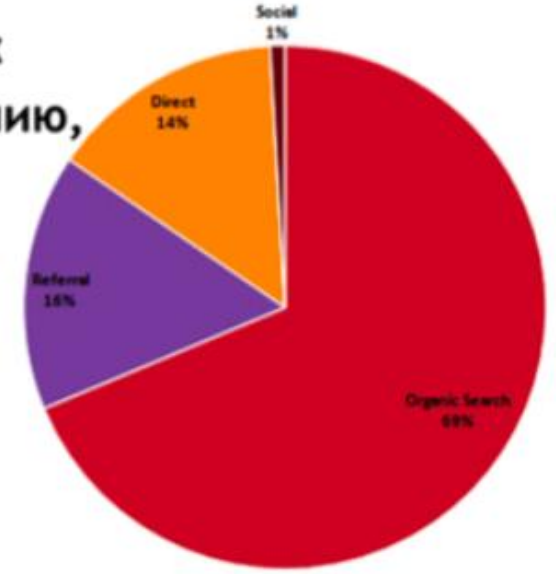
Какой результат можно получить с SEO

SEO-трафик (organic search) приносит 45% посетителей сайта, которые совершают 69% основных конверсий (переход к бронированию, просмотр контактов)

Трафик



Переходы к бронированию, просмотр контактов



PR в санатории:

1. Отсутствие пиар-службы стоит дороже:

– нет информационных поводов и материалов по ним, эффект “мёртвого” санатория;

– додумывание информации о вашем объекте в СМИ, генерация слухов, отсутствие официальных комментариев;

– нет работы с негативными отзывами, которые приводят к негативной репутации.

2. Нет лояльности – негативная репутация – отсутствие пациентов – падение доходности.

3. Распространение материалов для публикации в СМИ, где есть ваша целевая аудитория.

4. Участие санатория в мероприятиях, помогающих привлекать пациентов.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Минимальный порог входа в digital для санаториев

Не достигаете минимального порога — не начинайте digital-маркетинг.
Выше бюджет — выше результаты продвижения.

DigitalWill Hotel's Best Friend

Почему не работает digital-маркетинг

a непонимание, как работают инструменты между собой

b какие результаты должны быть - нет оценки

c маленькие бюджеты

Контакты

Скорбенко Сергей

интернет-продюсер, директор

+7 495 649-64-63

skorbenko@digitalwill.ru

www.digitalwill.ru