

DIMED

контекст

# АГЕНТСТВО МЕДИЦИНСКОГО МАРКЕТИНГА

таргет

дизайн

smm

DIMED

агентство медицинского маркетинга

# DIMED

Агентство медицинского маркетинга, входит  
в состав digital info

# более 5 лет приводим пациентов из интернета



**3 место**

в России по продвижению  
медицины



**6 отделов**

разного профиля с глубокой  
экспертизой



**70+ экспертов**

в агентстве



**7+ человек**

в команде проекта

## ТОП УСЛУГ DIMED:

- performance-маркетинг:  
контекстная и таргетированная  
реклама
- медийная реклама
- digital-дизайн
- брендинг и айдентика
- influence-маркетинг
- smm-продвижение
- разработка сайтов любой  
сложности
- seo-продвижение
- медицинский копирайтинг
- работа с репутацией



# КОМАНДА, КОТОРАЯ ПОНИМАЕТ ВАС

## Ваши KPI

это первичка, повторные приемы, процент загрузки, хорошая репутация в миллионе отзывов.

## Ваша боль

возражения врачей, слабый уровень цифровизации маркетинга в медицине, текучка, плохие отзывы, изменения законов и закрытие крупных рекламных платформ.

## Вы знаете

лучше всего вас поймет только коллега, который ищет выход из аналогичных ситуаций.



# ЧТО МЫ СДЕЛАЕМ ДЛЯ ВАС

1

---

Обеспечим поток заявок по приоритетным направлениям

2

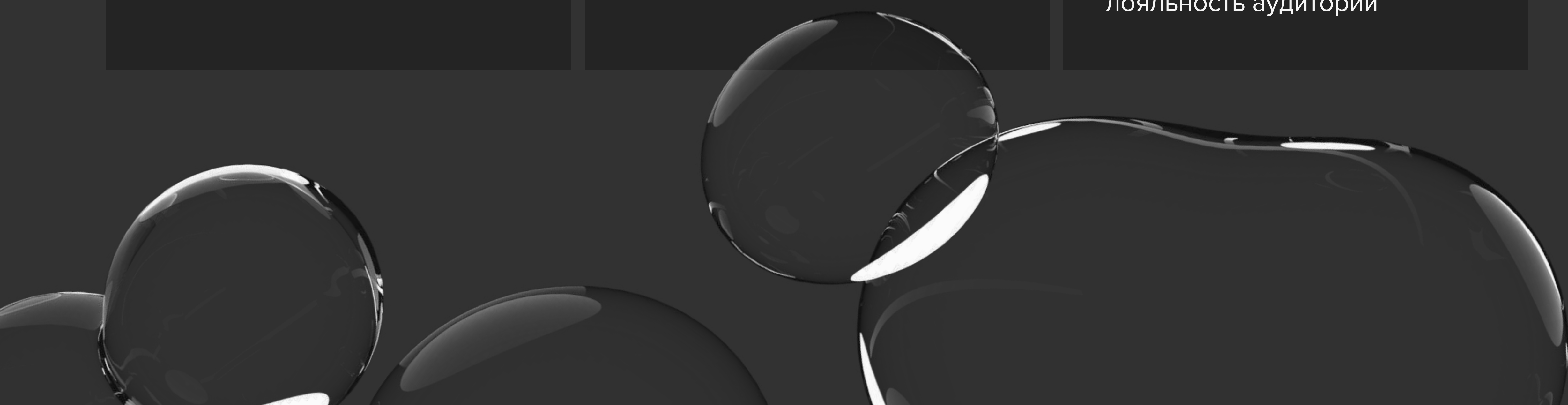
---

Загрузим аппараты и врачей пациентами

3

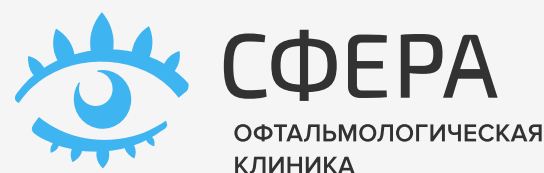
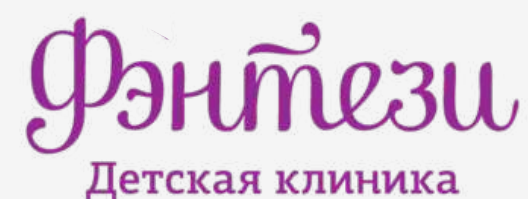
---

Отстроим от конкурентов: повысим узнаваемость бренда и поможем укрепить лояльность аудитории



# 30+ успешно реализованных проектов

Нас рекомендуют федеральные и региональные клиники, лаборатории и санатории



# ПОЗИЦИИ НА РЫНКЕ



## TAGLINE AWARDS

Серебро крупнейшего digital-конкурса в Восточной Европе — Tagline Awards в номинации «Медицина»



## SilverMercury™

Бронза международного фестиваля рекламы и маркетинговых коммуникаций Silver Mercury в номинации «Медицина»

## Рейтинг Рунета

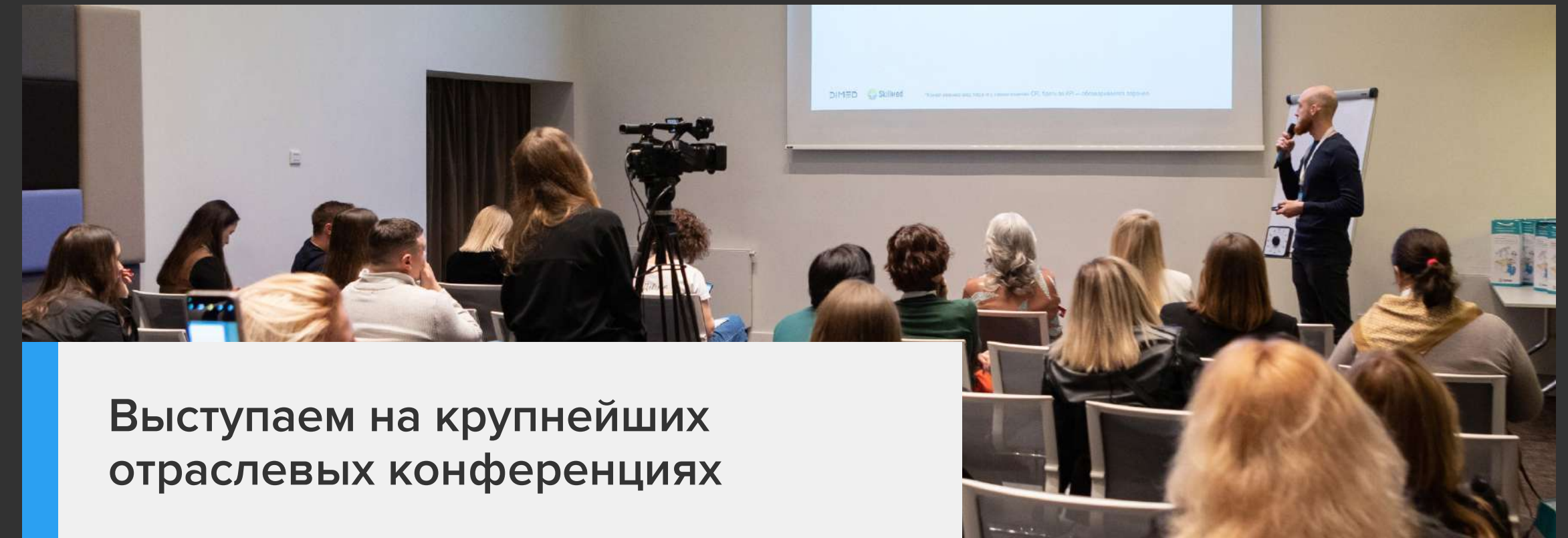
5 позиций в отрасли «Медицина»:

- Performance-маркетинг
- Контекстная реклама
- Таргетированная реклама
- Интернет-маркетинг
- Digital-агентства

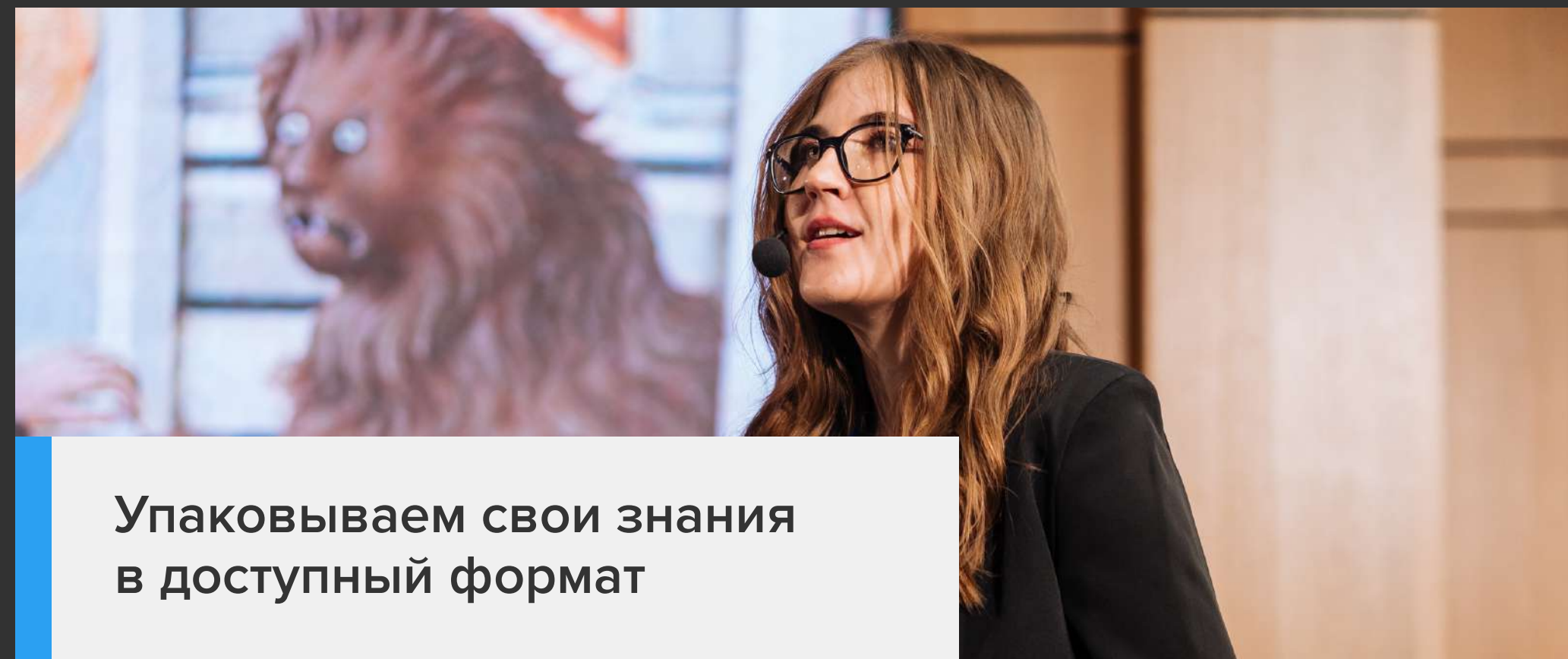


# экспертность

Один из ключевых принципов работы DIMED — обучайся и обучай!



Выступаем на крупнейших отраслевых конференциях



Упаковываем свои знания в доступный формат



Организуем мероприятия, где делимся собственным опытом

DIMED

агентство медицинского маркетинга

# кейсы DIMED

# UX/UI дизайн. Мобильное приложение для сети лабораторий



## Задача

- Разработать приложение для медицинской экосистемы, кардинально выделяющуюся среди конкурентов

## Процесс

1. Разработали архитектуру приложения. В дизайне использовали сложный градиент, эффект матового стекла + минималистичные элементы интерфейса. Ничего лишнего, чтобы не нагружать и не отвлекать внимание от функционала.
2. Убрали дополнительные функции с главного экрана во внутрь.
3. Отказались от фотографий и множества цветных логотипов компаний, входящих в холдинг.
4. Добавили экран «обучение», учитывая ОС пациентов прошлой версии
5. Оставили на главной странице только самые нужные и часто используемые пациентами кнопки: запись к врачу, анализы и акции, а также выделили важный элемент — бонусы и кешбек в верхнем баре.



# Разработка айдентики для медицинского холдинга



## Задача

- Разработать элементный зонтичный бренд
- Подготовить систему для выпуска новых продуктов внутри холдинга
- Привлечь новых и удержать текущих пациентов/клиентов

## Процесс

1. Проанализировали рынок и конкурентов.
2. Разработали стратегию бренда как фундамента для брендформанса с упором на главную идею «Рядом с человеком». Бренд создавал «эффект сопровождения».
3. Сделали упор на поведение пользователя вижу баннер → вижу вывеску лаборатории/клинику возле дома.
4. Сохранили ярко-красный цвет бренда. Красный и белый цвет использовали для акцентов, серый добавили для снижения контраста.
5. Разработали систему ярких, вариативных паттернов, подчеркнув простоту линий и форм.

6. Оформили гайд, используя сдержанную гамму, простые, эмоциональные фотографии в светлых тонах.
7. Использовали наружную рекламу, контекст, таргет для того, чтобы показать брендинг в короткий срок.
8. Брендировали офисы, машины и входные группы.

[Посмотреть кейс на ютубе](#)



## Результаты

Увеличили показатель больше, чем в 3 раза. Статистика по брендовому запросу до обновленной концепции — 1049 в месяц.

Статистика после — 3279 в месяц.

Количество лидов со всех источников выросло на 82% при сохранении стоимости заявки в сравнении мая при сравнении мая 2022 и марта 2023.

# Визуальная концепция для интерактивно-образовательного продукта «Школа Здоровья»



## Задача

- Разработать элементный зонтичный бренд
- Подготовить систему для выпуска новых продуктов внутри холдинга
- Привлечь новых и удержать текущих пациентов/клиентов

## Процесс

1. Проанализировали рынок и конкурентов
2. Разработали стратегию бренда как фундамента для брендформанса с упором на главную идею «Рядом с человеком». Бренд создавал «эффект сопровождения»
3. Сделали упор на поведение пользователя вижу баннер → вижу вывеску лаборатории/клинику возле дома.
4. Сохранили ярко-красный цвет бренда. Красный и белый цвет использовали для акцентов, серый добавили для снижения контраста.
5. Разработали систему ярких, вариативных паттернов, подчеркнув простоту линий и форм.

6. Оформили гайд, используя сдержанную гамму, простые, эмоциональные фотографии в светлых тонах
7. Использовали наружную рекламу, контекст, таргет для того, чтобы показать брендинг в короткий срок
8. Брендировали офисы, машины и входные группы

[Посмотреть кейс на Behance](#)



## Результаты

Увеличили показатель больше, чем в 3 раза. Статистика по брендовому запросу до обновленной концепции — 1049 в месяц.

Статистика после — 3279 в месяц.

Количество лидов со всех источников выросло на 82% при сохранении стоимости заявки в сравнении мая при сравнении мая 2022 и марта 2023.

# Как получить в 2 раза больше лидов на 60% дешевле



## Задачи

- Увеличить поток лидов на 30%, не повышая цену заявки больше, чем на 25%

## Что сделали

- Выделили 30 приоритетных услуг, собрали и запустили кампании
- Настроили геотаргетинг с повышенными ставками в радиусе 5 км от каждой клиники
- Внедрили системы аналитики, колтрекинг
- Детально минусовали кампании, группы, отдельные ключи
- Анализировали посадочные, расширяли ядро, проводили А/Б-тесты объявлений
- Тестировали гипотезы и проработали 33 различные точки роста
- Выявили рекламные кампании, которые остались актуальными даже в условиях карантина
- Во все объявления добавили информацию о повышенной безопасности + акция на такси до ближайшей клиники
- Поддержали новые услуги: телемедицину и выезд врача на дом

## Инструменты

### Контекстная реклама:

Google Ads,  
«Яндекс.Директ»

### Системы аналитики:

CallTouch,  
Google Analytics,  
«Яндекс.Метрика»



## Результаты

- Стоимость лида с Директа снизилась на 33%, а количество лидов увеличилось на 43%.
- Прирост лидов с Google составил 154%, цена упала на 35%.
- Конверсия в заявку с Поиска выросла на 3,42%
- Стоимость заявки с Поиска снизилась на 60%.

# Визуальная концепция для интерактивно-образовательного продукта «Школа Здоровья»



## Задача

- Разработать элементный зонтичный бренд
- Подготовить систему для выпуска новых продуктов внутри холдинга
- Привлечь новых и удержать текущих пациентов/клиентов

## Процесс

1. Проанализировали рынок и конкурентов
2. Разработали стратегию бренда как фундамента для брендформанса с упором на главную идею «Рядом с человеком». Бренд создавал «эффект сопровождения»
3. Сделали упор на поведение пользователя вижу баннер → вижу вывеску лаборатории/клинику возле дома.
4. Сохранили ярко-красный цвет бренда. Красный и белый цвет использовали для акцентов, серый добавили для снижения контраста.
5. Разработали систему ярких, вариативных паттернов, подчеркнув простоту линий и форм.

6. Оформили гайд, используя сдержанную гамму, простые, эмоциональные фотографии в светлых тонах
7. Использовали наружную рекламу, контекст, таргет для того, чтобы показать брендинг в короткий срок
8. Брендировали офисы, машины и входные группы

[Посмотреть кейс на Behance](#)



## Результаты

Увеличили показатель больше, чем в 3 раза. Статистика по брендовому запросу до обновленной концепции — 1049 в месяц.

Статистика после — 3279 в месяц.

Количество лидов со всех источников выросло на 82% при сохранении стоимости заявки в сравнении мая при сравнении мая 2022 и марта 2023.

# Как за 3 месяца увеличить ROI на 475% и снизить CPL в 2 раза



## Задачи

- Обеспечить поток заявок из контекстной рекламы для услуги — пренатальный скрининг Prenetix

## Что сделали

- Проводили еженедельные А/Б тесты объявлений и посадочных страниц
- Сгруппировали семантическое ядро и разбили кампании по географии в зависимости от CPL
- Использовали открывшуюся возможность ретаргетинга в медицинской тематике для гиперсегментации и персонализации обращения по периоду посещения сайта, посещению различных разделов сайта, геолокациям
- Провели аудит рекламных кампаний, выявили пути оптимизации
- Обеспечили корректность настроек коллтрекинга и систем аналитики
- Внедрили форму отчетности, в которую ежедневно и еженедельно выгружаются данные по воронке продаж от перехода на сайт до заявки

## Инструменты

### Контекстная реклама:

Google Ads,  
«Яндекс.Директ»

### Системы аналитики:

CallTouch,  
Google Analytics,  
«Яндекс.Метрика»

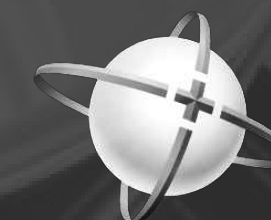


## Результаты

- Стоимость обращения ниже — 51%
- Количество звонков +27%
- Конверсия +20%
- ROI +475%



# Продвижение новой клиники в Краснодаре



WMT

## Задачи

- Запустить продвижение новой клиники в Краснодаре
- Анонсировать открытие
- Обеспечить 80% загрузки клиники по всем направлениям
- Прописать стратегию для продвижения каждого направления

## Что сделали

- Настроили систему веб-аналитики и динамического коллтрекинга для проведения анализа и управления эффективностью рекламных кампаний
- Настроили контекстные размещения и оптимизацию
- Подготовили и реализовали контент-план для постинга в социальных сетях
- Запустили таргетированную рекламу
- Разместили промо-посты в популярных сообществах города



## Результаты

### Контекстная реклама

- Конверсия в обращение, CR — 14%
- Средняя стоимость обращения CPL — 250

### Таргетированная реклама

- Средняя стоимость за 1 000 показов уникальному пользователю CPMи — 160
- 100% загрузка по записи ключевых направлений диагностики

### SMM

- Через неделю после открытия клиники — +2 000 подписчиков
- Больше 100 обращений через канал SMM в месяц

# Как познакомить аудиторию с брендом и обеспечить ERR 14,21%

ЭМБРИО  
ТЕСТ

## Задачи

- Охватить как можно больше целевой аудитории ограниченного количества блогеров
- Донести информацию о тестировании, преимуществах «Эмбриотеста» и его особенностях

## Что сделали

1. Подобрали блогеров в сегментах женского здоровья, ЭКО, подготовки к родам. Количество подписчиков: от 20 до 50 тысяч и выше 1 млн. Такое сочетание помогает выполнить сразу две задачи:
  - блогеры с 1 млн подписчиков обеспечивают высокий уровень охвата, который повышает узнаваемость бренда и работает на долгий спрос;
  - блогеры с 20 до 50 тысяч — высокий уровень вовлечения, который работает на быстрый спрос.
2. Проанализировали статистику и контент аккаунтов в рамках ТЗ. В итоге выделили 8 блогеров с общей аудиторией 1,4 млн

3. Составили ТЗ для текста: раскрыть тему бесплодия; рассказать о ПГТ; рекомендовать парам спрашивать о ПГТ у врачей; рассказать о продукте.
4. Собрали статистику размещений и провели анализ результатов.

## Инструменты

Инфлюенс-маркетинг

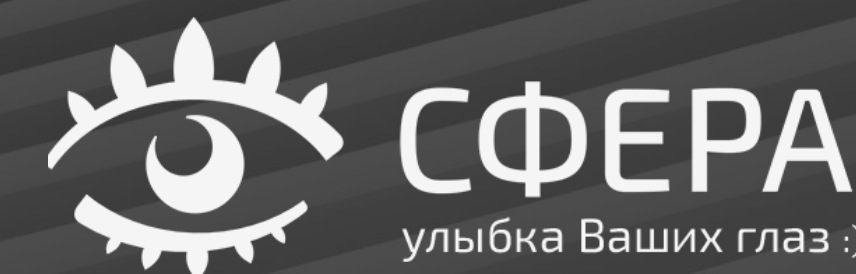
Медицинский копирайтинг



## Результаты

- Ожидаемый KPI охвата — 150 000, фактический — 300 000
- Сохранение и репосты — 1368 и 817
- Ожидаемый ERR — 10%, фактический — 14,21%. Перевыполнено на 42%.

# Стимулирование продаж услуг офтальмологической клиники



## Задачи

- Увеличить поток звонков и заявок с сайта на 30%.
- Не повышать цену более чем на 10%
- Провести аудит контекстных размещений

## Что сделали

- Провели аудит контекстных размещений. Выявили неточности в работе и точки роста для оптимизации рекламных кампаний
- Сгруппировали ЦА по сегментам. Для каждой прописали свою стратегию
- Настроили контекстную рекламу: пересобрали семантическое ядро, переписали тексты объявлений
- Настроили веб-аналитику: цели, формы обратного звонка, интеграцию с системой коллтрекинга
- Запустили таргетированную рекламу

## Инструменты

### Контекстная реклама:

Google Ads,  
«Яндекс.Директ»

### Таргетированная реклама:

Instagram,  
Facebook,  
myTarget,  
«Вконтакте»

### Системы аналитики:

CallTouch,  
Google Analytics,  
«Яндекс.Метрика»

## Результаты

- Совокупное количество обращений в месяц увеличилось в 3 раза
- Стоимость заявки снизилась с 1 120 до 660
- Стоимость обращения — 1% от средней стоимости услуги клиники



# Визуальная концепция для клинико-диагностических лабораторий

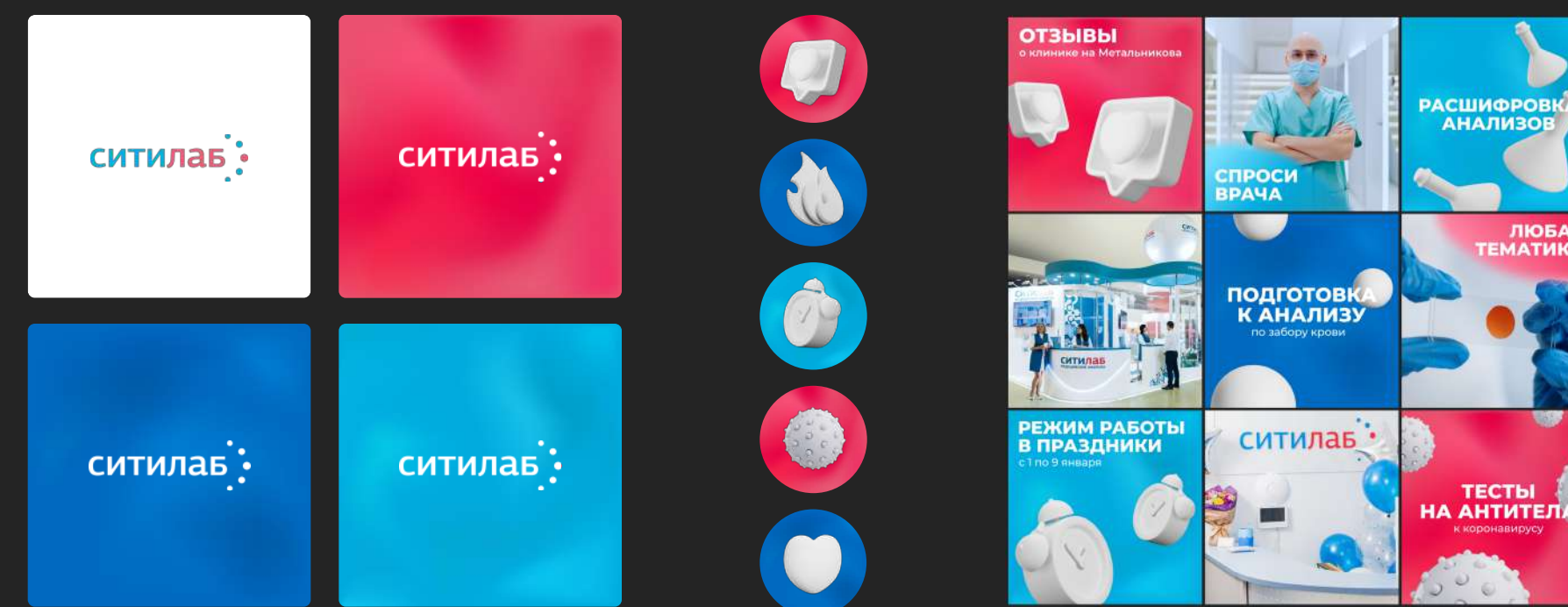
СИТИЛАБ

## Задачи

- Создание единого визуального стиля аккаунта бренда в Instagram
- Повышение узнаваемости бренда в социальных сетях
- Поддержка имиджа бренда в социальных сетях

## Что сделали

- Провели анализ брендбука и разработали единый стиль для всех социальных сетей Ситилаб;
- Создали контент-план на основе работы клиники;
- Собрали несколько вариантов фирменных фонов и градиентов для оформления контента;
- Собрали варианты для аватара и обложек хайлайтс, опираясь на логотип и пожелания клиента;
- Выбрали шрифтовую пару и подходящий размер для заголовков и подзаголовков — Montserrat и Montserrat-ExtraBold;
- Подобрали 3D элементы белого цвета, как основу уникальности визуальной концепции и собрали мини-гайд для ориентирования клиента.



## Результаты

Через созданную визуальную концепцию мы показали не только трендовые элементы дизайна, но и заявили, что все стереотипы о клиниках в прошлом. Через визуал передали ощущения: современность, смелость, открытость.



# Ну и ладно, Google: как в один день мы потеряли 40% лидов, а после — увеличили их количество на 50%



## Задачи

- Увеличение потока лидов на 50% при увеличении стоимости лида не более чем на 20%

## Что сделали

Выбрали неочевидные, непопулярные инструменты и площадки performance-маркетинга: медийную рекламу и тизерные сети.

### Медийная реклама

- Тестировали гипотезы, искали баланс между кликбейтом и репутационными рисками, путь от стандартных креативов до адаптации их под площадки.
- Запустили трафик (посетители сайтов-конкурентов и тематических форумов по релевантным заболеваниям) на посадочные страницы, целевое действие — звонок и заявка.
- Медийной рекламе использовали несколько креативов под каждый этап воронки в формате видео/видеобаннер/HTML-баннер с креативом в виде «отзыва от близкого человека» в форме push-уведомлений.

### Тизерная реклама

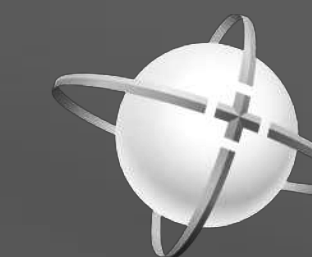
- Запустили тизерную рекламу на площадках: Gnezdo, ads2, Clickscloud.
- Использовали креативы соответствующие «Закону о рекламе» с упором на простой и понятный призыв: болит — срочно запишись к врачу. Прошли путь от стандартных креативов до эксперимента с адаптацией визуала под площадку: подорожник на коленном суставе, фотографии простых черных таблеток и пр.

## Результаты

- прирост по целевым заявкам на 50%.
- прирост по брендовым запросам на 1500, из которых 1200 — эффект размещения медийной рекламы
- снижение post-view конверсий на 69%
- более 800 лидов с двух площадок тизерных сетей за 5 месяцев (в рамках CPL)
- приход пациента в клинику с тизерных сетей в 2 раза дешевле, чем с Яндекс.



# Как креативные баннеры привлекли в клинику 330 клиентов и увеличили конверсию на 21,6%



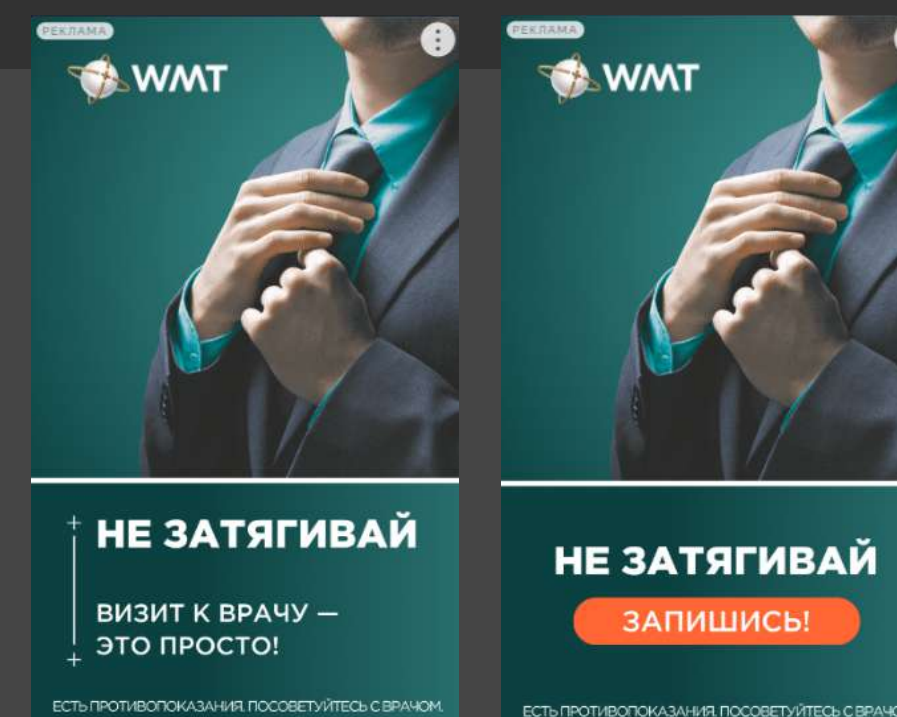
# WMT

## Задачи

- Проинформировать ЦА об открытии новой клиники
- Получить заявки на запись к врачу

## Что сделали

1. Для продвижения выбрали медийную рекламу, с помощью которой решили увеличить количество лидов, при сохранении или снижении CPL.
2. Взяли широкую аудиторию, ограничили только по платежеспособности, с учетом того, что клиника специализируется на сегменте заработка выше среднего.
3. Настроили гео на 3 км от клиники, так как клиника находилась в премиальном районе.
4. Использовали брендовый слоган «Клиника высоких технологий», который у клиента напрямую ассоциировался с клиникой и не конфликтовал с различными поисковыми словами в регионе. И слоган «Не затягивай» - призыв, который хорошо отрабатывал в сетевых-перфоманс кампаниях. Сочетание в креативе цепляющего призыва и брендового слогана показал высокие результаты.



## Результаты

- Увеличился объем конверсии, в рамках рекламной кампании на 21,6% по сравнению с предыдущим месяцем
- 277 заявок - после просмотра рекламы
- 53 заявки - отложенные
- Стоимость конверсии в цепочках с участием медийной рекламы - 10%



# где еще найти наши кейсы

**VC** <https://vc.ru/u/275106-digital-info-x-dimed>

**Dprofile** <https://dprofile.ru/diagency>

**Behance** <https://www.behance.net/transinfo>

**VK** [https://vk.com/di\\_med\\_expert](https://vk.com/di_med_expert)

# запишитесь на приём?

Почта: [sale@transinfo.mobi](mailto:sale@transinfo.mobi)

Телефон: +7 (938) 526-11-11

Адрес: г. Краснодар, ул. Северная, 405, офис 301



Сайт DIMED