

DIGIMATIX



D I G I T A L A G E N C Y

Ваш менеджер:

Яна Прохорова

+7 (812) 426-12-28

sales@digimatix.ru

digimatix.ru



КЕЙС

Увеличили число первичных записей
в стоматологию на 70% и повысили число
повторных обращений на 27%

Увеличили число первичных записей в стоматологию на 70% и повысили число повторных обращений на 27%

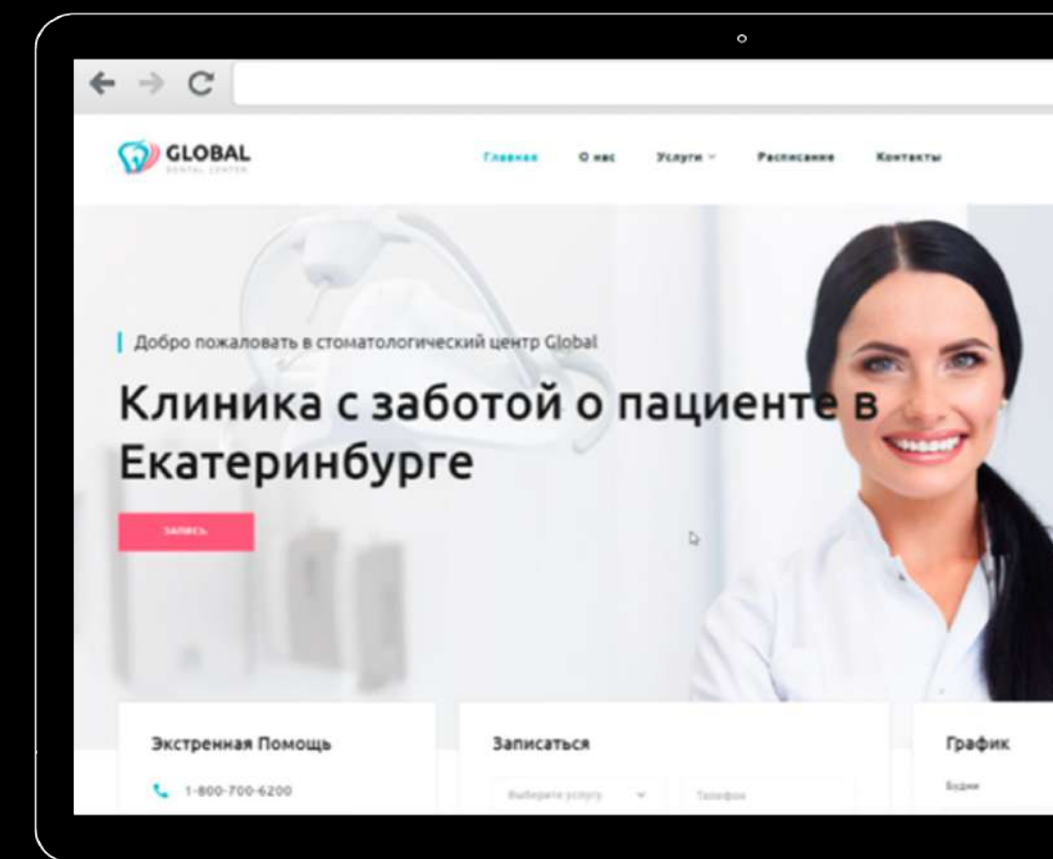
Стоматологическая клиника занимается имплантацией, лечением и протезированием зубов, а также установкой брекет-систем. Клиент работает в среднем ценовом сегменте, основной упор компания делает на услугах по имплантации.

О задаче

До нас клиент вел рекламную кампанию через подрядчика, результаты его не устраивали. Целевых заявок «по ощущениям» было мало, а также были нерелевантные обращения.

Период работ: **июль 2020 – настоящее время**

Регион: **Екатеринбург**



Проблематика и план дальнейших действий

» НА СТАРТЕ НАША КОМАНДА ВЫЯВИЛА РЯД ПРОБЛЕМ:

- ✓ Рейтинг клиники в «Яндекс Картах» и 2GIS был 2,3 и 3,3 соответственно. Это мешало как бесплатному продвижению и рекламе. В карточках сервиса отсутствовала информация о номерах телефона и времени работы.
- ✓ Эффективность рекламных кампаний оценивали по стоимости клика и объему трафика.
- ✓ В системе аналитики отсутствовали цели. Фактически управление рекламой велось в слепую.
- ✓ В архитектуре и настройках рекламного кабинета были критические проблемы: не было разделения на поисковые и сетевые кампании, отсутствовали корректировки ставок по географии.
- ✓ Клиент заметно переплачивал за рекламу.

Проблематика и план дальнейших действий

»» БЫЛ СОСТАВЛЕН ПЛАН РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА:

Настроить аналитику для оптимизации бюджета

1. Определить сценарии обращения и составили ТЗ на внедрение целей;
2. Построить автоматизированные отчеты supermetrics для анализа эффективности продвижения.

Поднять репутацию компании в сети и нарастить объем бесплатных обращений

1. Подобрать ряд инструментов для работы с репутацией;
2. Совместно с клиентом выстроить работу с отзывами.

Повысить эффективность рекламных кампаний

1. Провести аудит рекламных кампаний;
2. Внедрить регулярные задачи по оптимизации;
3. Составить план работы с отдельными форматами.

Что было сделано?

Составили CJM и настроили качественную аналитику

Определили возможные сценарии обращений

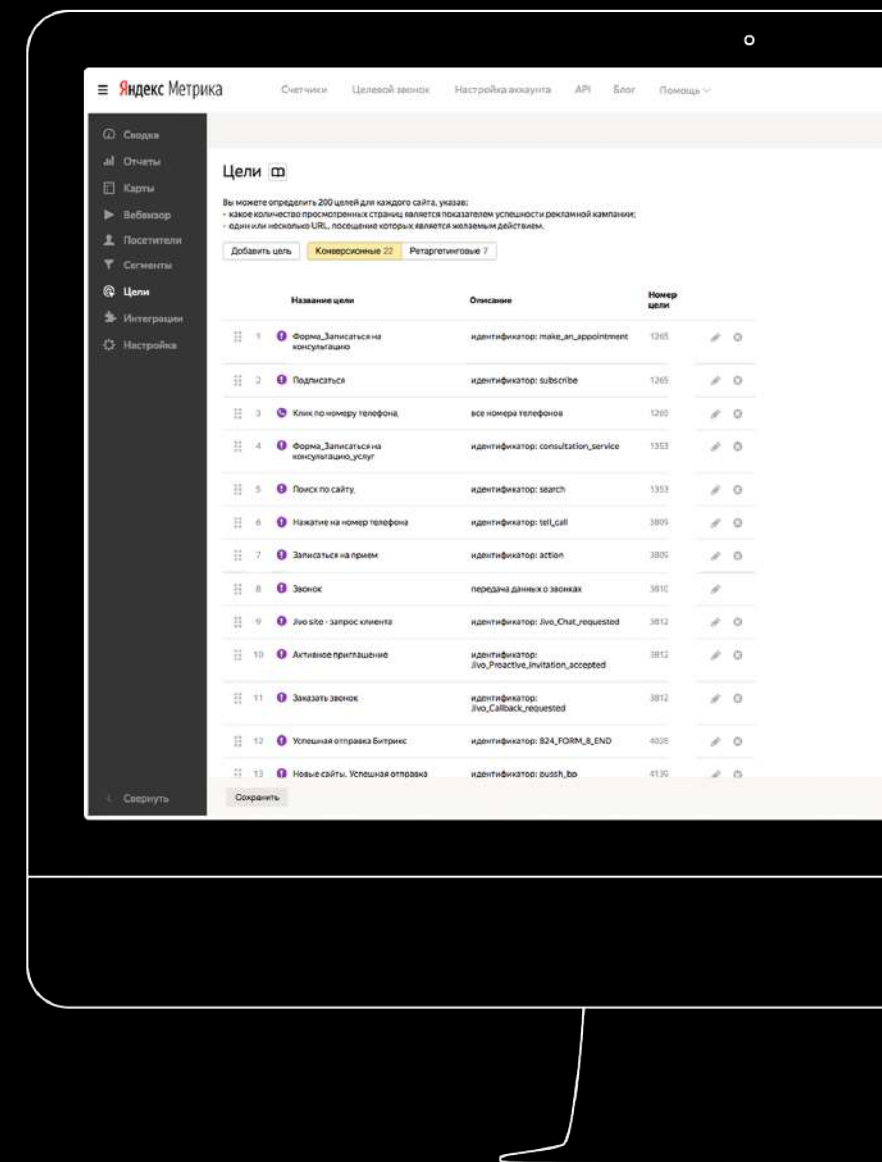
Пользователь может обратиться в компанию разными способами: позвонить, отправить форму, написать в чате на сайте. Прежде чем оставить заявку пользователь проходит путь на сайте, оставляя в системе «цифровые следы». Важно фиксировать как сами обращения, так и промежуточные шаги.

Выстроили систему меток на всем пути пользователя на сайте

Для анализа эффективности рекламных кампаний важно отслеживать данные по всей воронке до покупки. При этом информации о наиболее значимых действиях: факта покупки или обращения часто может быть мало, в этом случае обращают внимание на пользователей, которые были в нескольких шагах от заявки.

Связали системы аналитики и рекламные кабинеты

В данном проекте мы реализовали связку систем аналитики и рекламных кабинетов. Это позволило задействовать механизмы оптимизации по значимым целям. Также подключили систему коллтрекинга, чтобы отслеживать количество звонков.



Что было сделано?

» Подключили сервис для обработки отзывов
и в первый месяц получили 6 положительных отзывов

На старте низкий рейтинг отсекал часть потенциальной аудитории

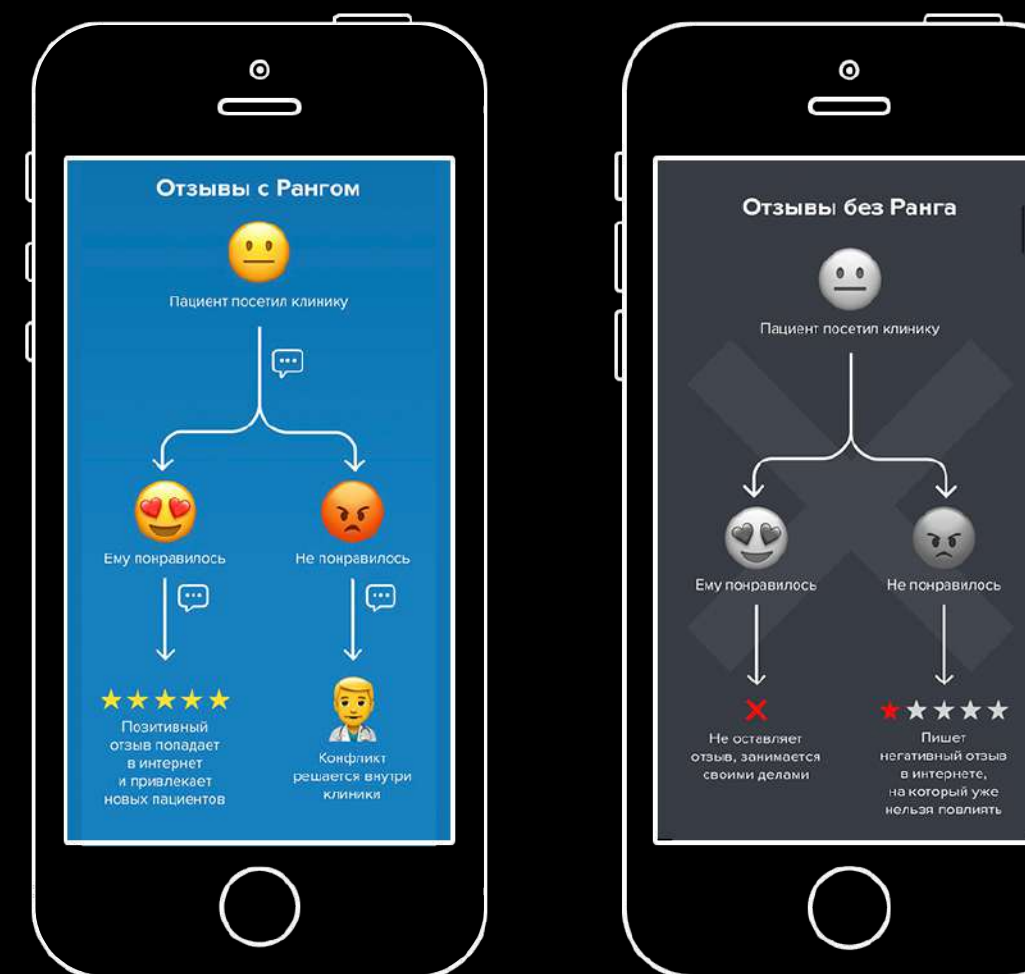
Пациенты редко пишут, если все хорошо. На старте у клиники было всего 5 положительных отзывов в «Яндекс картах» и 2 в 2GIS, при этом было большое количество негативных.

Общий рейтинг клиники был 2,3 и 3,3 соответственно.

Обратная связь помогла найти пробелы и увеличить лояльность потенциальных клиентов

Наша команда подключила сервис обработки отзывов, результат появился уже в первый месяц.

Дирекция получила большое количество обратной связи и изменила подход к работе. В итоге негатив практически исчез, а рейтинг на картах вырос до 4,4 в Яндекс Картах и 4,6 в 2GIS.



Что было сделано?

» Привлекли 16 горячих пользователей с Яндекс Карт уже в первый месяц

Сделали карточки заметнее и информативнее

Мы сделали карточки максимально информативными: указали режим работы, адреса и номера телефонов, ссылки на соцсети и фотографии клиник.

В купе с платным продвижением увеличили число звонков на 23%

Рост положительных отзывов стал положительно влиять на результаты продвижения на Яндекс.Картах. Так в 4-й месяц количество звонков выросло на 15%, а в 5-й уже на 23%. В 6-й месяц объем заявок остался на прежнем уровне.



Что было сделано?

Провели аудит рекламных кампаний и определили стратегию роста

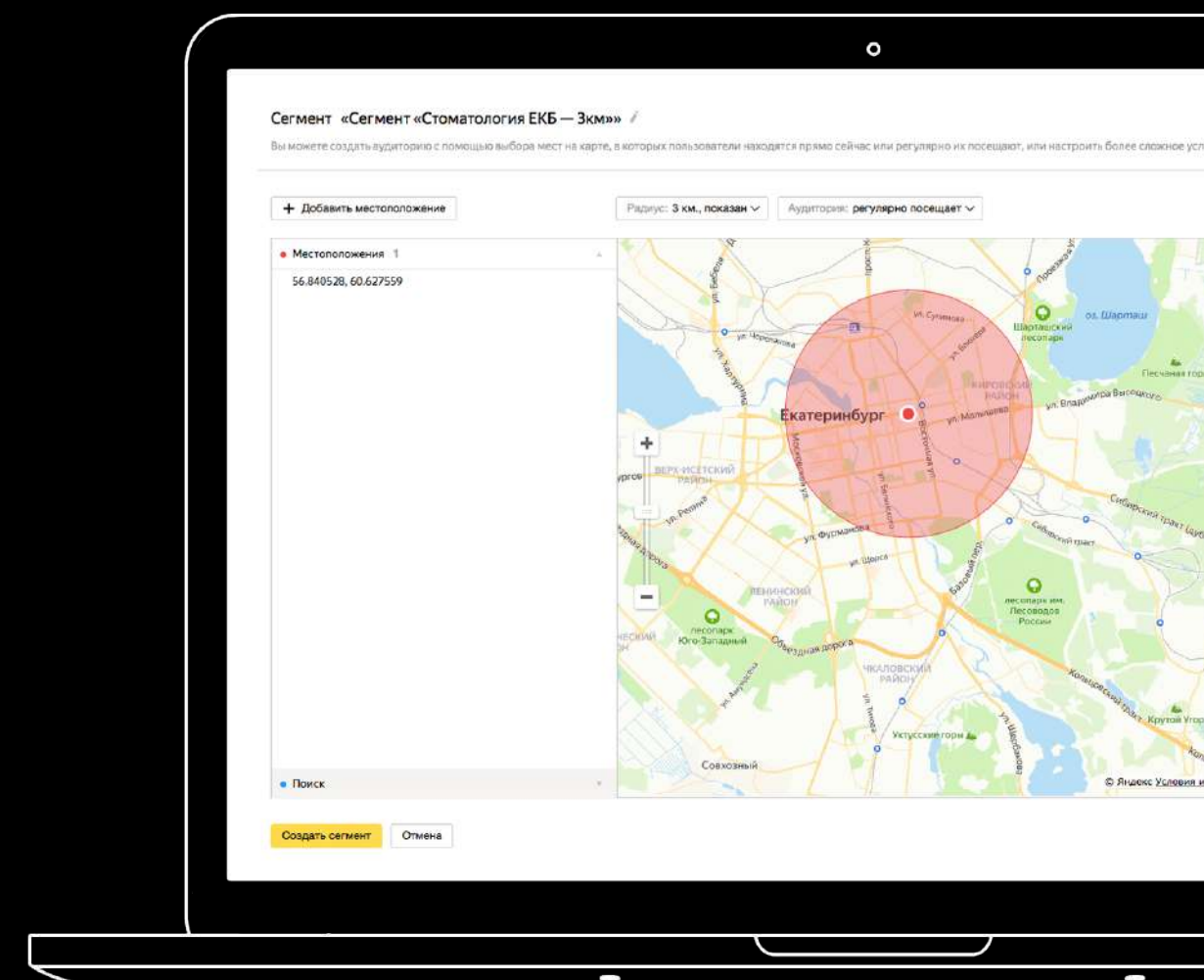
В рекламных кампаниях мы обнаружили 3 критических ошибки: отсутствовало разделение на поисковые и сетевые кампании, география показа для всех услуг была одинаковой, отсутствие четкой структуры рекламных кампаний.

Провели аудит рекламных систем

Изучив проект поняли, что будет эффективнее собрать кампании заново, используя полезные наработки предыдущего подрядчика: минус-слова и фразы, часть семантики и УТП. Это помогло на старте уделить больше времени проработке кампаний.

Определили тактику, учитывая специфику клиента

Когда вдруг заболит зуб пользователь чаще вероятнее обратится в стоматологию рядом с домом или работой. Для продвижения основных услуг очертили радиус в 3 км. Для продвижения услуг по имплантации и протезированию не стали ограничивать радиус. В объявлении сделали акцент на врачах.



Что было сделано?

»» Решение плановых задач, которые позволяют постепенно наращивать эффективность.

В рабочий процесс у нас встроен ряд типовых задач по аналитике и оптимизации рекламных кампаний. Этот автоматизированный процесс позволяет вовремя реагировать на проблемы, планомерно наращивать эффективность кампаний и больше времени уделять экспериментам.

Какие типовые задачи были интегрированы:

✓ Чистка трафика

Раз в месяц мы проводим обязательную чистку минус-фраз и площадок. Это позволяет отсекать не релевантную аудиторию.

✓ Проверка аналитики и рекламных кампаний

Каждую неделю проверяем работу целей, рекламную выдачу и динамику показателей.

✓ Анализ статистики в четырех разрезах

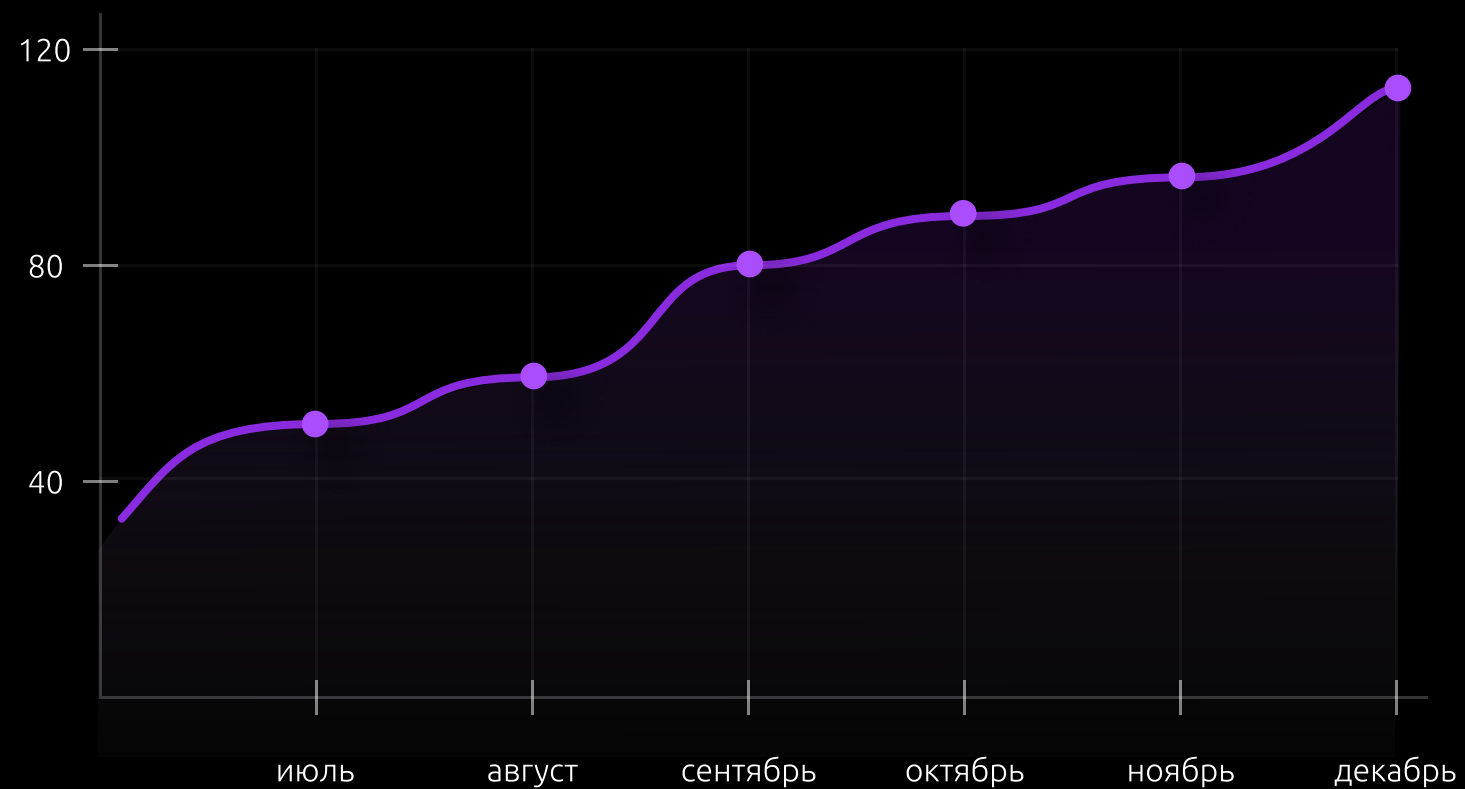
Анализируем поведение пользователей, социально-демографические показатели, географию и время показов.

✓ Решаем типовые проблемы

От 1 раза в месяц прорабатываем статус «мало показов» и многое другое.

Промежуточные результаты

Количество обращений



70%

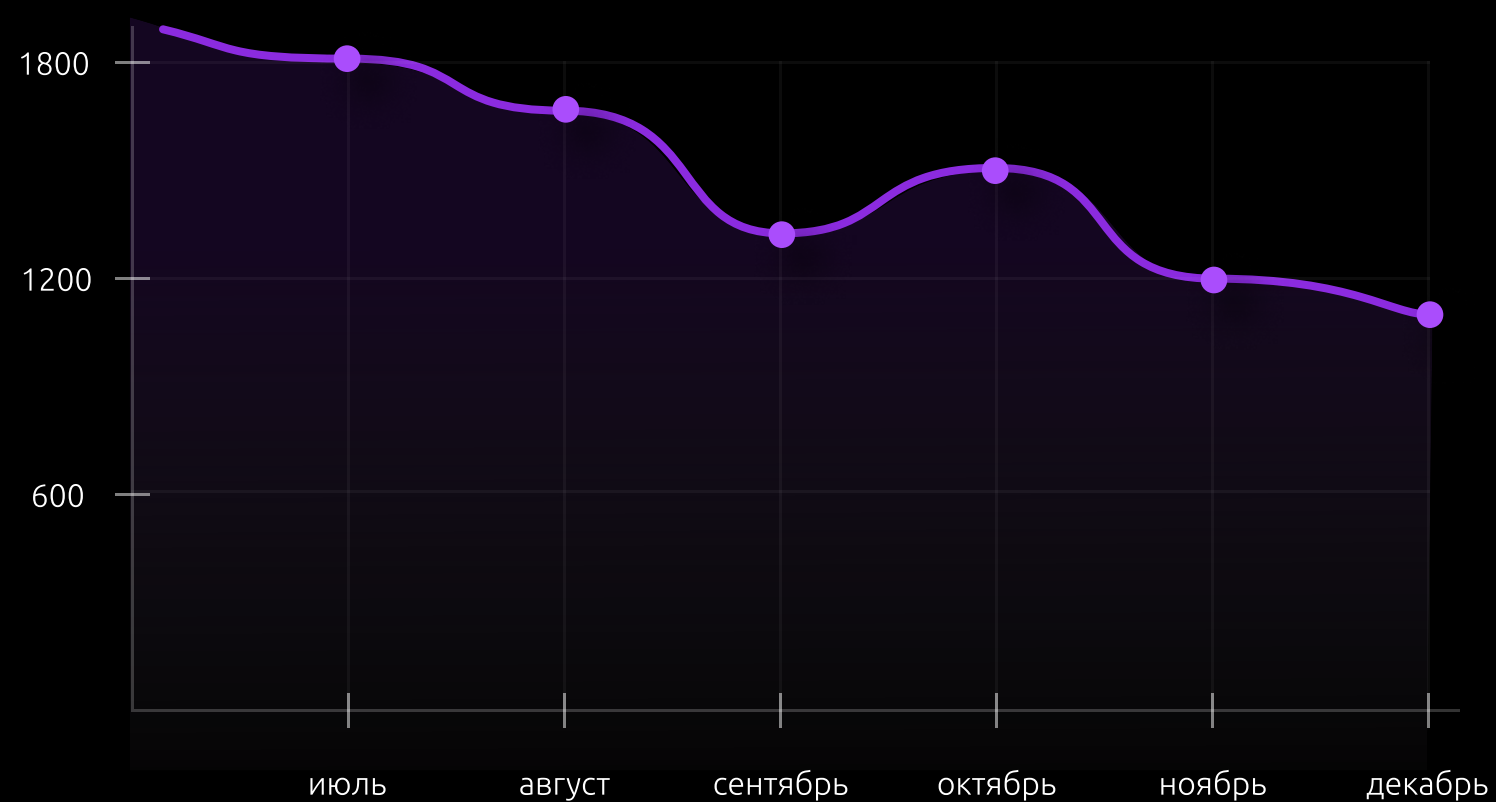
На 70% возросло число первичных записей с рекламы спустя 6 месяцев

12%

На 12% снизились затраты на рекламный бюджет

Промежуточные результаты

Стоимость заявки:



38%

На 38% снизилась стоимость качественной заявки

27%

На 27% увеличилось число повторных визитов

Отзыв клиента



Наталья Горинская

Руководитель отдела маркетинга

Мы пришли без четкого понимания стратегии продвижения.

Да, у нас была проблема с отзывами, но мы не предполагали, что это на столько важно. Удивило, что специалисты из DIGIMATIX помогли нам с этой проблемой, несмотря на то, что мы пришли только за контекстной рекламой.

Уже на старте ощущался индивидуальный подход: нас слушали и слышали. Разобрались с особенностями нашей работы и учли нюансы при настройке рекламы.

Впереди еще много работы, рады что нашли такого партнера. Это большая удача.

О КОМПАНИИ

О DIGIMATIX

DIGIMATIX работает на рынке IT-технологий с 2000 г.

Нашими ключевыми сферами деятельности являются разработка веб-ресурсов, сопровождение и продвижение интернет - проектов.

Каждый день мы принимаем новые вызовы и решаем большое количество интересных задач.

Нашу команду объединяет желание двигаться вперед, придумывая нетривиальные решения.

Мы любим наших клиентов и вместе идем к новым успехам.

Наша МИССИЯ

помогать клиентам профессионально
решать бизнес-задачи в сети интернет



отлаженная система
взаимоотношений с клиентами



выстроенные бизнес-процессы



сильная команда

Средняя продолжительность сотрудничества

более 1-го года	17%	более 3-х лет	17%	более 10 лет	7%
более 2-х лет	20%	более 5 лет	10%		

>70% наших клиентов работают с нами на постоянной основе

Наши клиенты





Желаете улучшить результаты Ваших
рекламных кампаний?

Напишите нам, мы обсудим Вашу задачу.



СПб, Б. Сампсониевский, 60У

+7 (812) 426-12-28

sales@digimatix.ru