

Развитие сайта стоматологической клиники

Dental clinic website development



В. И. Казанов
генеральный директор компании
«ПОИСКПРОМЕД»

Создавая сайт клиники, ее руководство рассчитывает на рост числа пациентов и результативные рекламные кампании. Но иногда возникает ситуация, когда сайт фактически висит мертвым грузом и не дает никакого эффекта. Развитие сайта поможет оживить его и оправдать расходы на создание ресурса. Расскажем о простых и наиболее эффективных инструментах, которые помогут вывести работу сайта на новый уровень.

Сделать странички более динамичными и информативными поможет размещение видеороликов о тех или иных процедурах. Для активно работающей клиники изготовить их не составит труда. К примеру, на страничке о чистке зубов по методу Air Flow можно разместить видео процедуры в вашей клинике. Каким бы доходчивым и понятным языком вы ни описывали нюансы проведения этой процедуры, все же короткое, буквально минутное видео скажет пациенту гораздо больше. Также можно записать короткие интервью со специалистами клиники, в которых они будут рассказывать о тех или иных услугах.

Большой шаг вперед в этом направлении — возможность вывода на сайт онлайн-трансляции с камеры, установленной в клинике. Она позволит пользователям в режиме онлайн увидеть, что сейчас происходит в стоматологии. Камера может находиться в зоне рецепции или в холле. Это лучше всякого 3D-тура поможет пациенту увидеть клинику и покажет вашу приверженность современным технологиям. Такой прием может стать отличительной чертой вашего сайта. Кроме того, это и дополнительная рекламная возможность: в холле могут быть установлены мониторы, на которых транслируется информация о текущих акциях, и пользователи у экрана монитора также будут их видеть.

Сделать страницы конкретных услуг более живыми и интересными помогут фото врачей за работой, используемого оборудования и кабинетов, в которых осуществляются процедуры. Размещая их на страницах услуг, а не в общей фотогалерее сайта, вы делаете странички более интересными, максимально приближенными к реальности.

Сегодня все чаще на сайтах создают странички с полезной или справочной информацией. Оформите для своих пациентов странички с рекомендациями по уходу и восстановлению после тех или иных процедур — удаления зуба, имплантации, пластики уздечек полости рта. Это поможет продемонстрировать заботу и внимание.

С точки зрения как развития сайта, так и медицинского маркетинга целесообразно пересмотреть названия блоков на главной и внутренних страницах ресурса. Привычный блок «Услуги» с визуализированным меню можно поменять на «Чем мы можем вам помочь?», блок «Наши преимущества» — «Мы готовы вам предложить», «Записаться» — «Уже готовы пойти к доктору?» — и так далее. Это сделает сайт более клиентоориентированным, позволит уйти от клише и шаблонов. Интересно выглядит блок «Лучшее в нашей клинике», в котором можно отметить 3–4 наиболее перспективных услуги стоматологии.

Интеграция блока «Письмо главному врачу» или «Написать директору» позволит установить обратную связь с недовольными пациентами. Дайте людям, которые имеют жалобы, возможность высказать свои претензии напрямую руководству клиники, а не писать негативные отзывы на других сайтах. Справиться с подобным негативом в Сети бывает непросто, и эту проблему легче предотвратить, чем впоследствии с ней бороться.

Одним из популярных сегодня трендов является интеграция сервиса онлайн-диагностики. Пациент может выбрать симптомы, которые его беспокоят, из списка. Это позволяет человеку понять, какая именно услуга ему нужна и к какому врачу необходимо записаться.

Внимание к проблемам и пожеланиям людей, программы лояльности — один из главных факторов роста клиники. Вы можете проводить своеобразные конкурсы среди пациентов — например, «Улыбка месяца». Во время посещения доктор может рассказывать пациенту о том, что в клинике проводится такой конкурс и в нем участвуют все пациенты. Улыбка победителя появится на сайте в специальной рубрике, а пациент в случае победы получает скидку на лечение. Люди по своей природе любят соревноваться, а потому

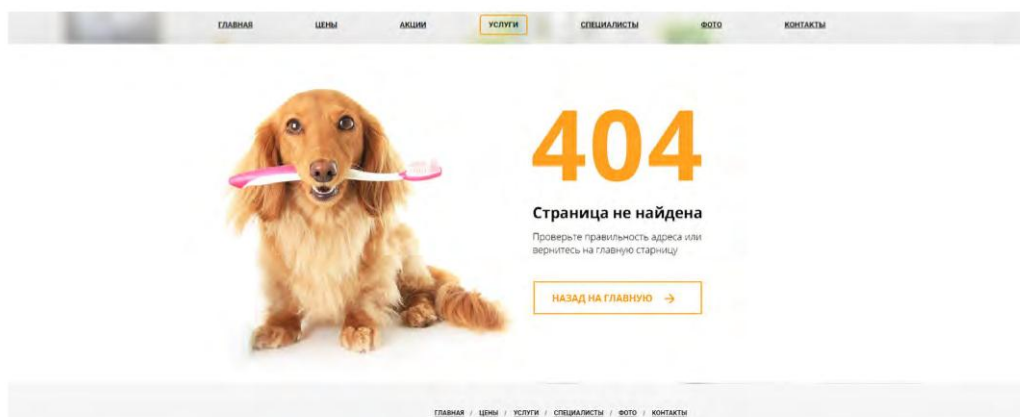


Рис. 1. Настройка дизайнерской «ошибки 404» говорит о глубокой проработке ресурса и позволяет добавить креатива.

вы стимулируете их следить за вашим сайтом — человек захочет узнать, кто же победил в конкурсе.

Рассмотрите возможность создания раздела «Вопрос/ответ». Скорее всего, в первое время пациенты не проявят большого энтузиазма. Но со временем, когда количество вопросов и данных на них ответов будет увеличиваться, люди начнут спрашивать о том, что их действительно интересует. Что касается организации работ, когда вы занимаетесь развитием сайта, нужно составлять план на длительный период — 6 месяцев или год. Это поможет оценить долгосрочные перспективы и согласовать общую стратегию развития ресурса. В плане нужно уделить внимание следующим моментам:

- Регулярному созданию новых страниц для услуг.
- Плану акций на каждый месяц.
- Тому, какие баннеры, изображения для слайдера необходимо нарисовать за этот период.
- Фото, которые будут размещаться на сайте.
- Добавлению клинических случаев — можно осуществлять как в еженедельном, так и в ежемесячном режиме.
- Расширению семантического ядра в целях продвижения сайта: добавляя новые ключевые слова, вы увеличиваете аудиторию сайта и делаете акцент на тех или иных услугах клиники.

Принимая во внимание вышеизложенное, давайте представим, как выглядела бы созданная по этой схеме страничка для какой-либо услуги, например «Чистка зубов методом Air Flow». Здесь пользователь смог бы прочитать текстовую информацию о процедуре. Затем увидеть ее стоимость (не переходя дополнительно на страницу цен). Здесь же —



Рис. 2. Форма «Письмо главному врачу» позволит наладить работу с претензиями недовольных пациентов.



Рис. 3. Изображение с камеры, установленной в клинике, поможет пациенту увидеть ее работу в режиме онлайн.

фото кабинета терапевтической стоматологии, в котором будет проходить процедура, фото доктора, который будет ее проводить. Увидеть эффект от чистки поможет фото клинического случая с описанием. Видео поможет убедиться во всем наглядно.

Без слов понятно, что такая страница привлекательна и интересна пользователю. Казалось бы, в создании подобной странички нет ничего сложного. Но, к сожалению, пока таким образом сайты почти никто не оформляет. Если вы примените такой подход на практике, то станете одним из первых, а значит обойдете конкурентов. **DM**

Сведения об авторе

Казakov Валерий Иванович, компания «ПОИСКПРОМЕД», Россия, Москва

Сделать странички более динамичными и информативными поможет размещение видеороликов о тех или иных процедурах.

Kazakov V. I., CEO «POISKPROMED», Russia, Moscow 143987, Московская область, г. Балашиха, микрорайон Железнодорожный, ул. Луговая, 9, корп. 2, кв. 85

Тел. +7 (926) 845-18-12
e-mail: info@поискпромед.рф

Аннотация. Статья рассказывает о простых способах развития сайта клиники. Современные методы позволяют сделать сайт более клиентоориентированным. Интеграция новых сервисов, размещение видео и интервью с врачами помогут сделать работу ресурса более эффективной.

Annotation. The article talks about simple ways to develop the clinic's website. Modern methods allow to make the site more customer-oriented. Integration of new services, posting videos and interviews with the doctors will help to make the resource unique.

Ключевые слова: онлайн-трансляция; вопрос/ответ; план развития; письмо врачу.

Key words: online stream; question — answer; development plan; a letter to the doctor.