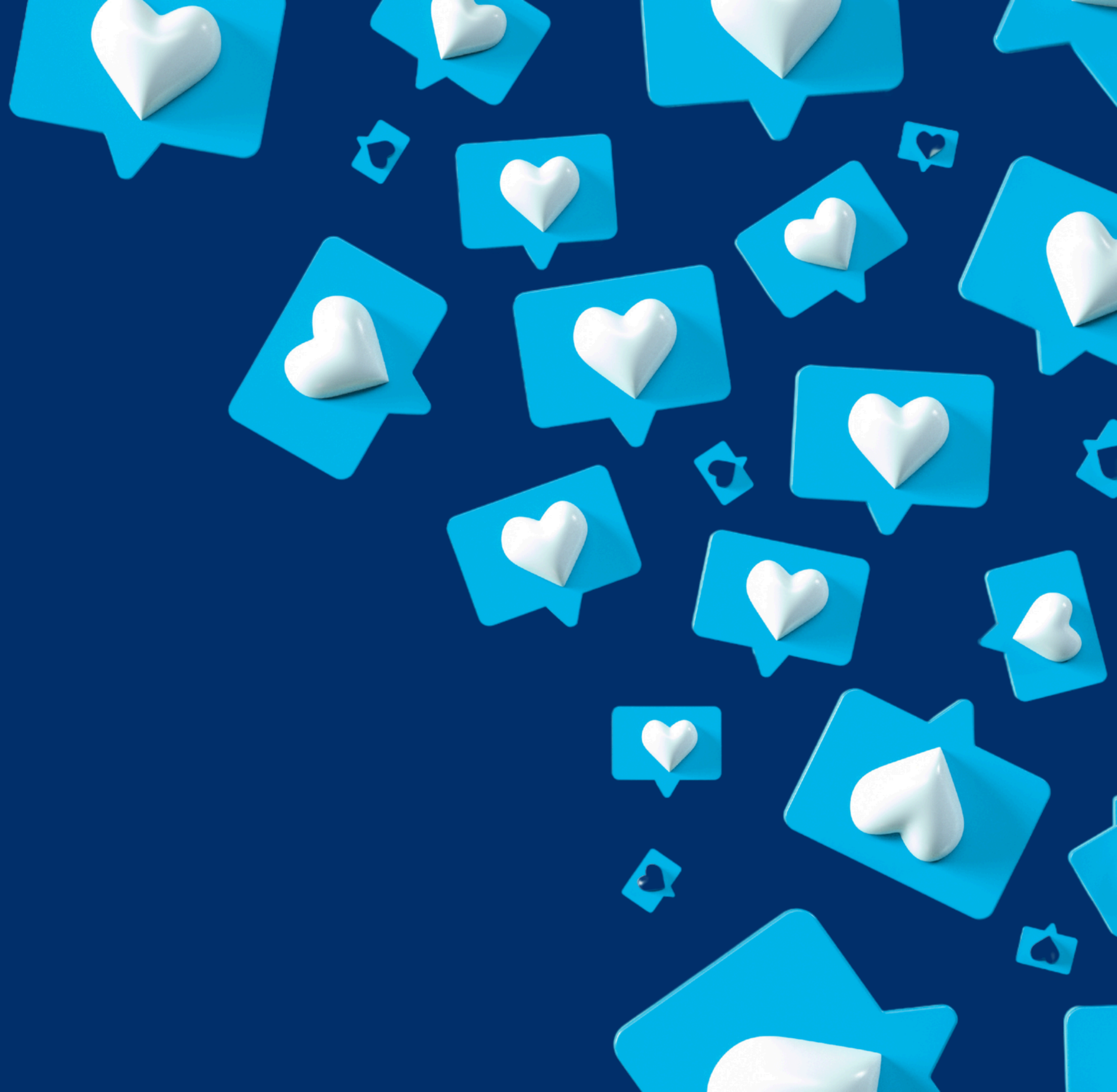


ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦСЕТЕЙ КЛИНИК 2025



Агентство медицинского маркетинга Ольги Каракоюн

365

Мы продвигаем клиники каждый день

20+

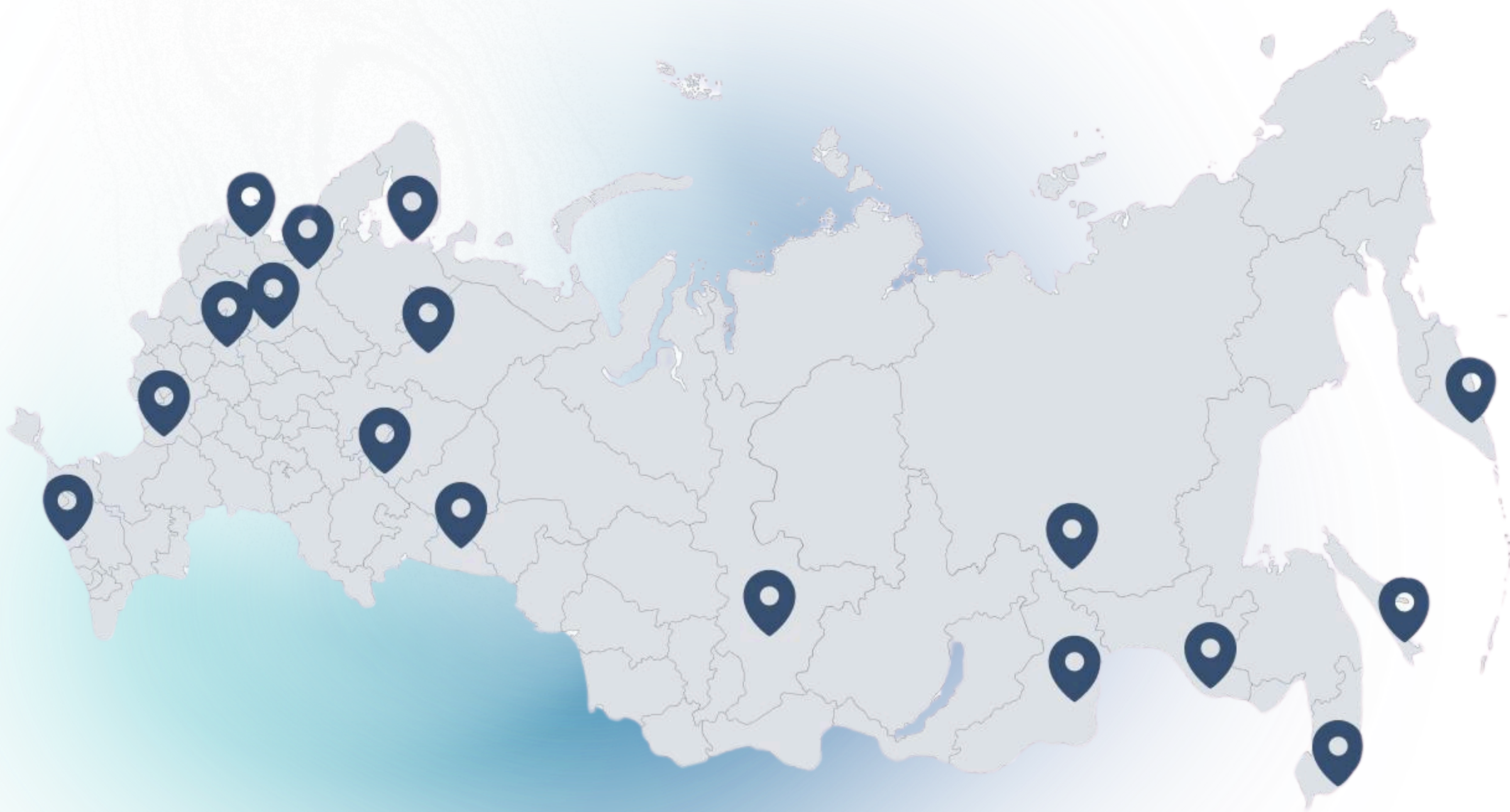
городов, с которыми работаем по всей России

30%

средний прирост по обращениям на 2-ой месяц работы

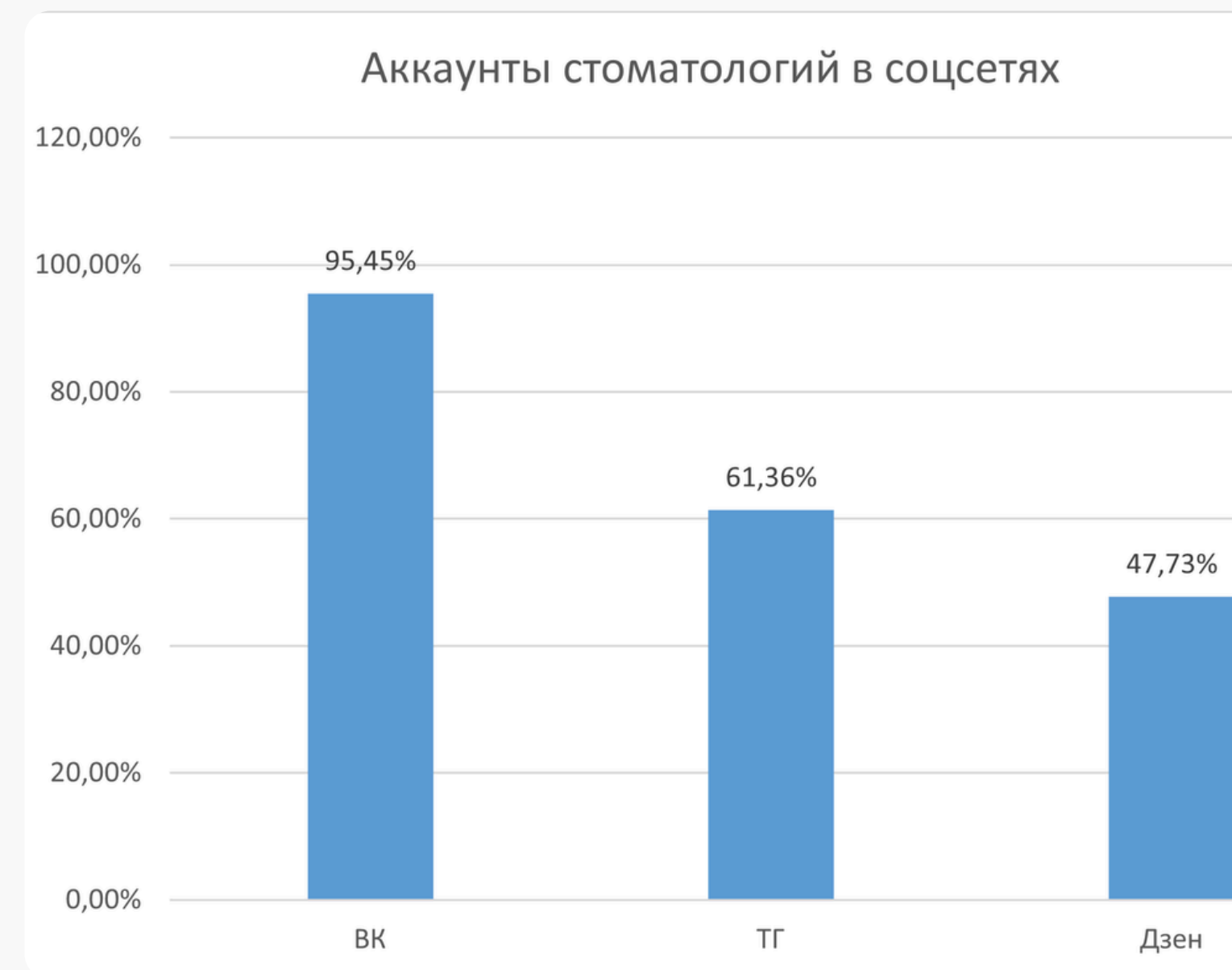
x6,5

рекордный рост нашего клиента в обороте.



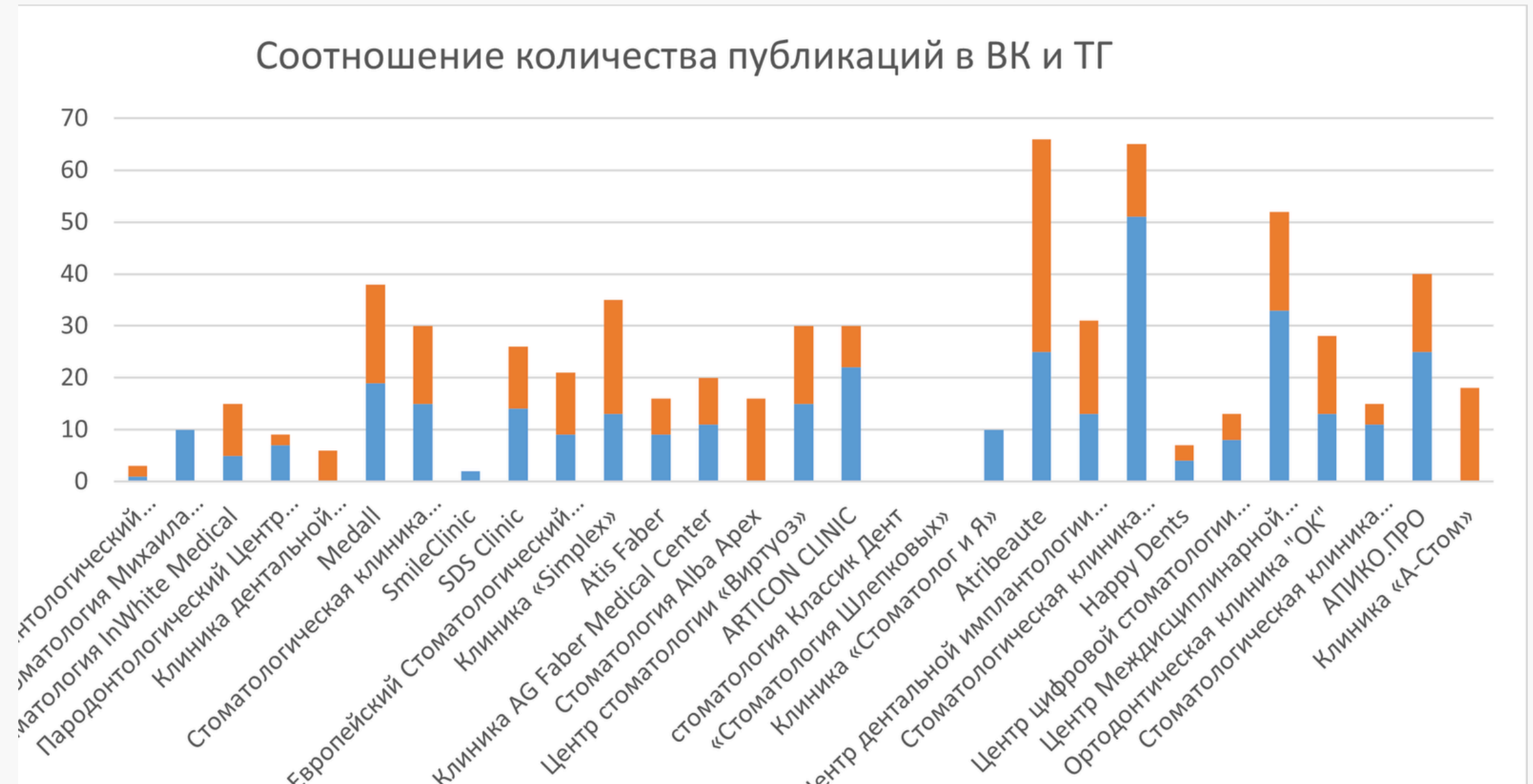
АККАУНТЫ СТОМАТОЛОГИЙ В СОЦСЕТЯХ

- ВК является самой активно используемой соцсетью. 95% стоматологий присутствуют в ВК, только 61% представлен в ТГ и 47% имеют профиль в ДЗЕН.
- В последнее время наблюдается тенденция роста числа клиник, которые делают фокус на развитии профиля в ТГ.



Как на самом деле клиники используют соцсети

- 13 публикаций в месяц – такая в среднем частота постинга стоматологий в ВК.
- 10 публикаций в месяц – средняя частота постинга в ТГ.



ЗДОРОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В МЕДИЦИНЕ

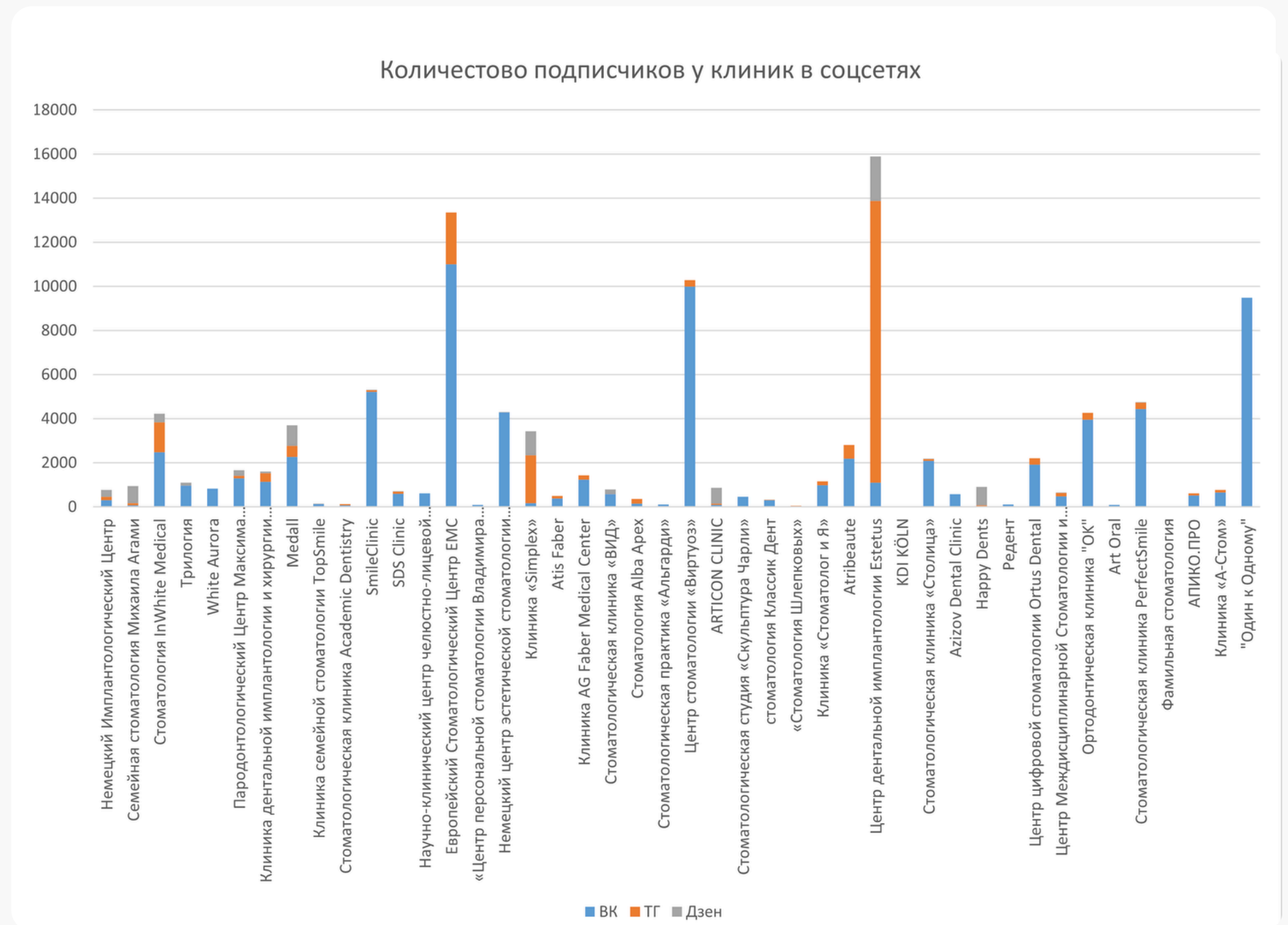
Только 3 стоматологии ведут одинаково интенсивно ВК и ТГ, остальные делают акцент на одной соцсети, во второй размещая меньшее количество публикаций.

Наибольшее число публикаций в месяц ВК у клиники «Столица» – **55 публикаций**, при этом в ТГ клиника размещает только 14 публикаций. В ТГ самое большое число публикаций у Клиники «Simplex» – 22, в ВК их число у клиники 13.

В большинстве случаев **клиники не создают уникальный контент** для каждой из соцсетей, а реализуют кросс-постинг.

Топ-3 клиники по количеству подписчиков в ВК

- Европейский Стоматологический Центр EMC, Москва – 11000
- Центр стоматологии «Виртуоз», Воронеж - 10000
- SmileClinic – 5221



Топ-3 клиники по количеству подписчиков в ТГ

- Центр дентальной имплантологии Estetus, Москва –12769
- Европейский Стоматологический Центр ЕМС, Москва – 2357
- Клиника «Simplex», Санкт-Петербург – 2175

Топ-3 клиники по количеству подписчиков в Дзен

- Центр дентальной имплантологии Estetus, Москва – 2021
- Клиника «Simplex», Санкт-Петербург – 1100
- Medall, Санкт-Петербург – 942

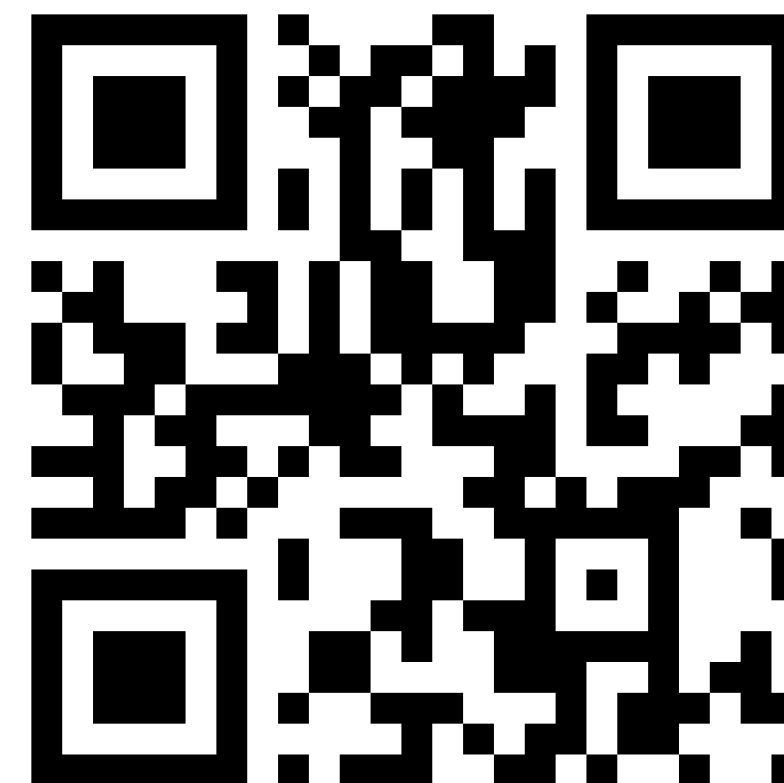
Наблюдается значительный разрыв в числе подписчиков



- Выделяется Центр дентальной имплантологии Estetus, у которого в ТГ 12769 подписчиков и Европейский Стоматологический Центр ЕМС, у которого в ВК 11000 подписчиков. У большинства стоматологий в среднем в ВК 600-1200 подписчиков, в ТГ 120-300 подписчиков, а в Дзен – 50-300 подписчиков.
- В целом, можно сделать вывод, что только часть клиник работает над развитием аккаунта. Большинство клиники имеют очень узкую аудиторию, на которую транслируют контент. Это связано с тем, что большинство клиник не рассматривают соцсети в качестве источника новых клиентов.



*Подпишитесь на
наш канал*



Наиболее популярный тип контента в соцсетях – информационно-образовательный

Здесь клиники рассказывают, что лучше выбрать – элайнеры или брекеты, когда записать ребенка к стоматологу, рассказывают о процедурах. Это наиболее легкий в подготовке формат, особенно если берутся общие темы и стоковые картинки, но он не раскрывает особенностей и преимуществ клиники и не вызывает доверия пациентов и в целом плохо работает.



Типы контента



Социальными доказательствам в соцсетях являются отзывы пациентов и кейс в формате до/после. Эти форматы в целом в постинге клиник занимают 7 и 12% соответственно. Они вызывают доверие к клинике, снимают тревожность, дают возможность ассоциировать себя с успешными кейсами и историями.

Знакомят с врачом и размещают экспертное видео врача – 3% и 12% соответственно. Эти форматы создают доверие пациента, создают эффект включенности

Хорошо работает юмор, особенно если в роликах участвуют врачи и персонал клиники. Его клиники активно применяют в рамках создания контента. Это формат составляет 13% от общего числа публикаций.

Работа с комментариями

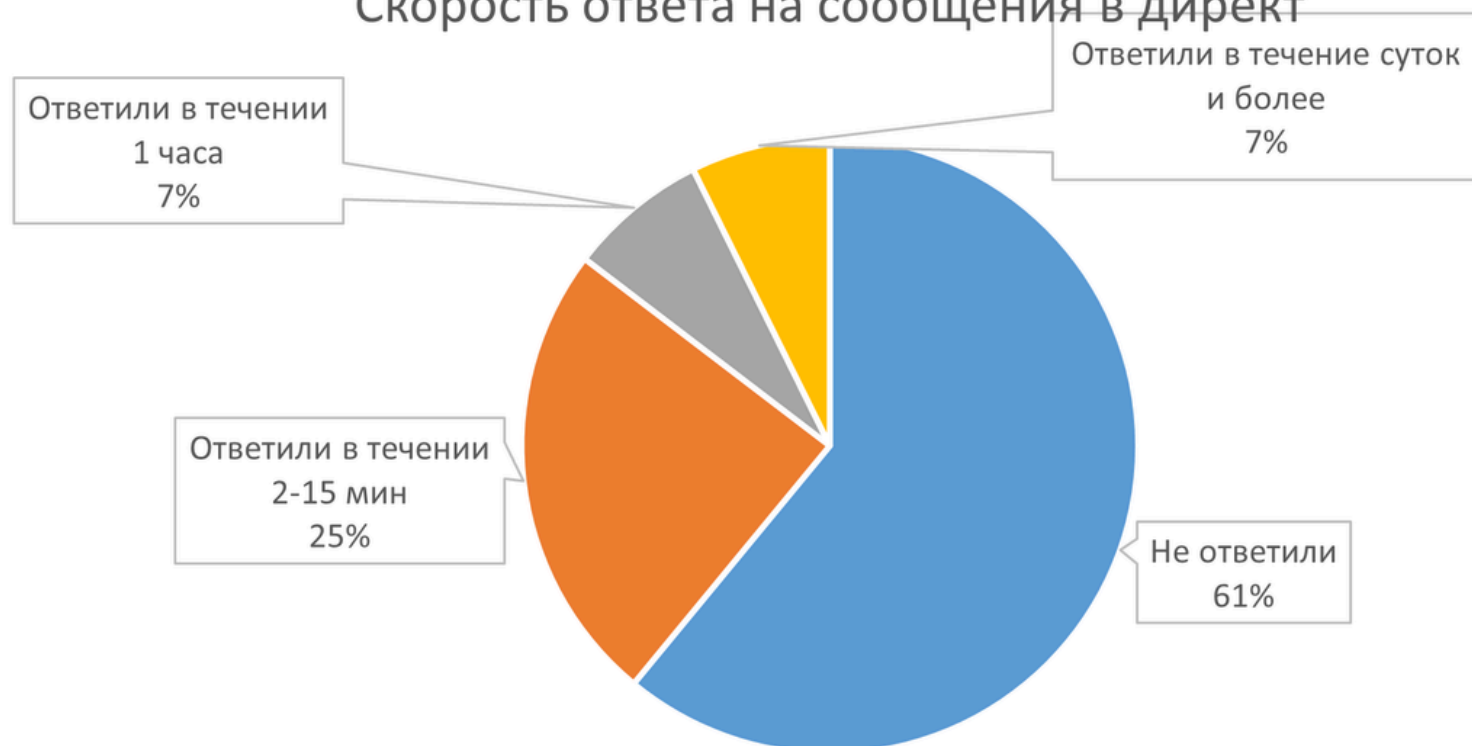
По скорости ответа на запрос в соцсетях клиники разделились на 2 крупные группы:

- Не ответили на запрос в личных сообщений в VK 61% клиник.
- 25% клиник ответили в течении 2-15 минут.

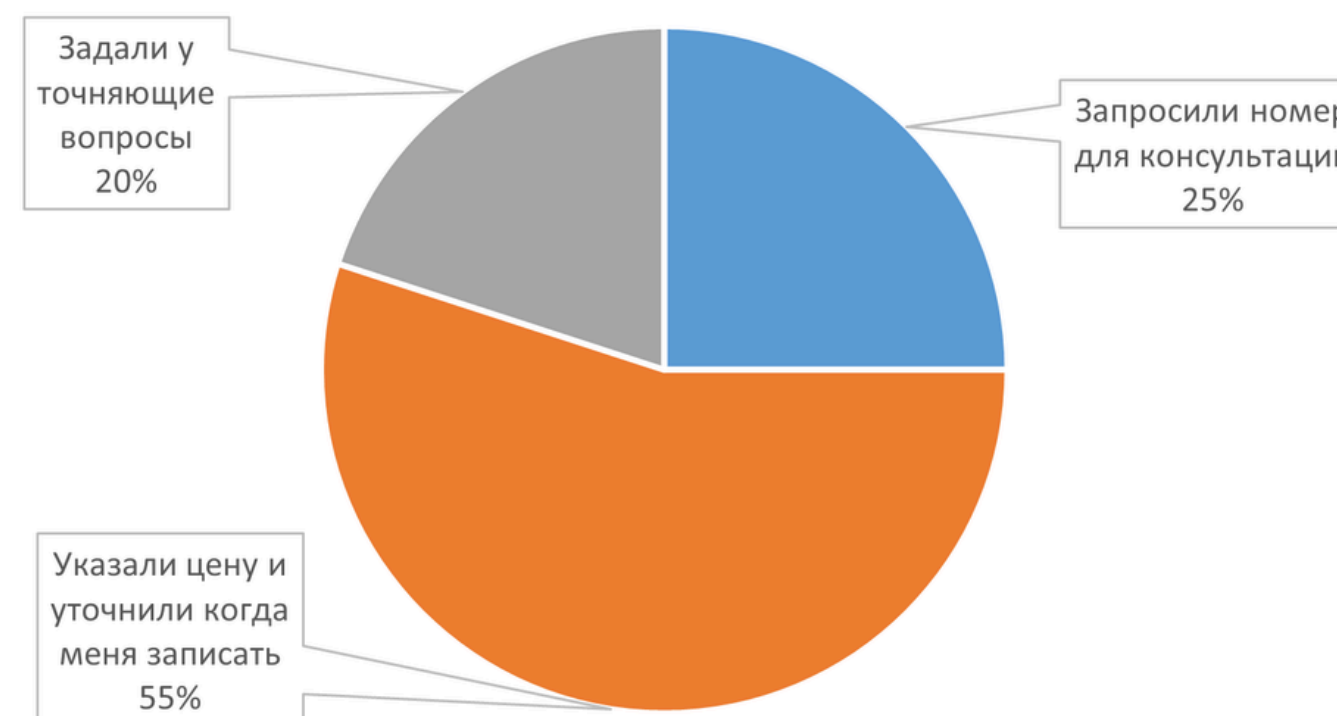
Топ 3 клиник по скорости ответа:

- Центр стоматологии «Виртуоз» – 2 минуты
- Стоматология Классик Дент – 3 минуты
- "Один к одному", SDS Clinic, Medall – 5 минут

Скорость ответа на сообщения в директ



Тип ответа в личных сообщениях



В ответе на запрос клиники чаще всего указывают цену процедуры и предлагают выбрать подходящее время для записи.

В таком формате отвечают 55% клиник. 25% клиник просят оставить номер для консультации либо оставляют свой. 20% ответов – это уточнение информации по запросу с последующим приглашением на консультацию.



**Подпишитесь на
наш канал**

**Медицинский маркетинг
от практиков**



Сканируйте код

