

# 5 реально работающих способов привлечения клиентов в 2024 году, которые эффективны в моей стоматологии

Методы, которые подойдут для **любой** клиники



## ОБО МНЕ

**Меня зовут Артем Гирфанов.** Уже 5 лет я являюсь владельцем медицинских бизнесов, связанных с диагностикой зубов (КТ-центры в регионах), а с недавнего времени – и совладельцем скромной по размерам стоматологии в другом региональном городе.

Так получилось, что кроме центров рентген-диагностики зубов и собственной стоматологии, я уже **15 лет занимаюсь продвижением бизнесов** в интернете: сначала как маркетолог, а затем как владелец маркетингового агентства для стоматологий.



Уже 4 года мы занимаемся исключительно продвижением стоматологий и наработали в этом большую экспертизу. Также мы заметили, что на рынке стоматологий не такая большая конкуренция в рекламе в отличие от других бизнесов, т.к. в основном владельцы стоматологий – это **ремесленники**, которые не вкладывают деньги в маркетинг и надеются на сарафанное радио. Понимание этого факта и стало основной причиной решения открыть свою стоматологию.



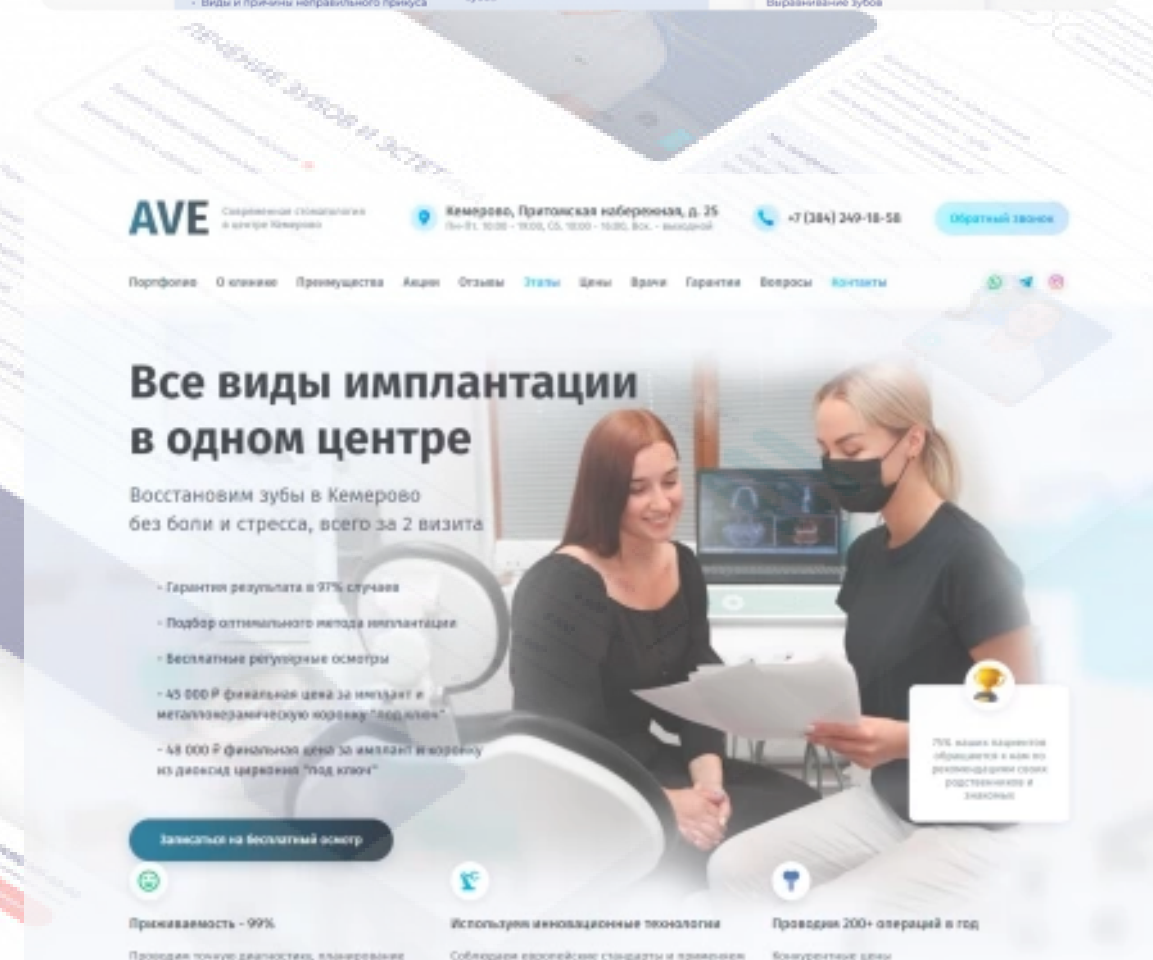
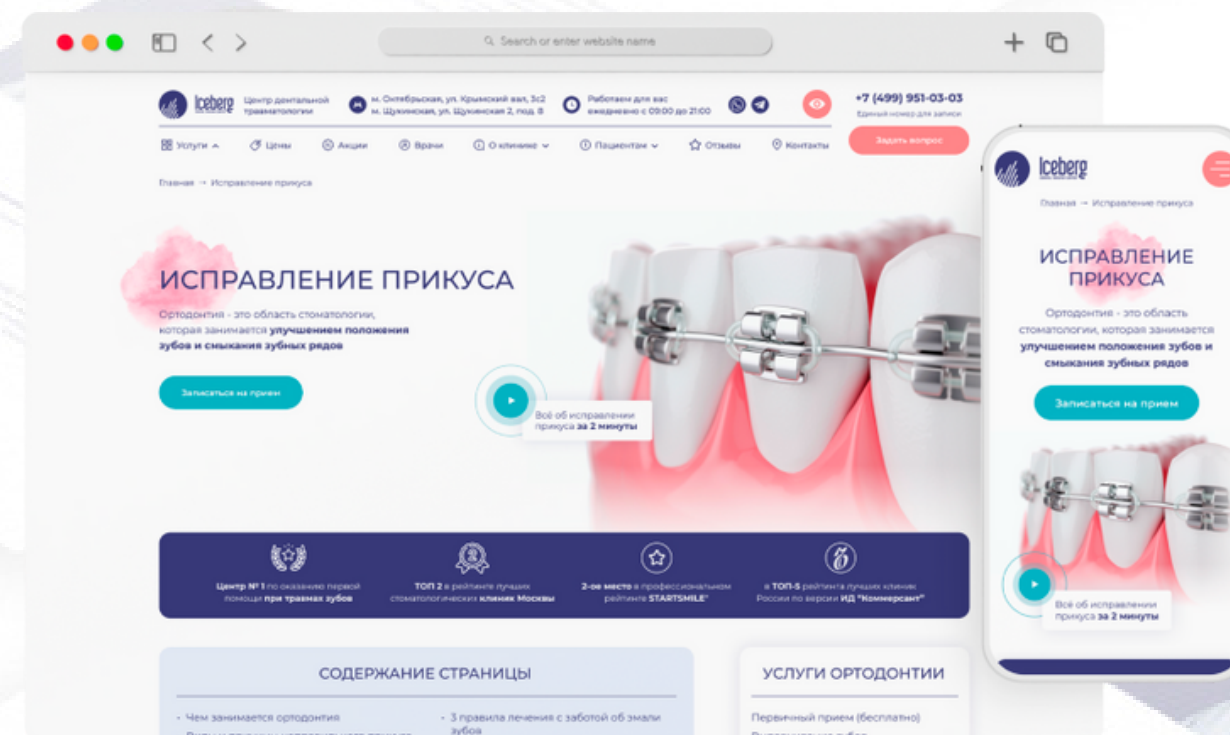
Кстати, большие успешные стоматологические сети из Москвы давно рассматривают региональные рынки. И я убежден, что если владелец региональной стоматологии **в течение 2-3 лет не начнет вкладывать деньги в маркетинг**, то сарафанное радио – это единственное, что останется из источников трафика.





На данный момент мы продвигаем **около 10 стоматологий** + свою собственную клинику и делимся опытом маркетинга, основываясь не только на теорию, но уже и на свой **собственный твердый опыт.**

Среди наших клиентов есть **как небольшие стоматологии на 3-5 кресел, так и большие федеральные сети с базированием в Москве.**





Я хочу поделиться с вами **5 самыми современными способами привлечения клиентов из интернета в 2024 году**, которые реально работают в моей стоматологии, а также в стоматологиях, которые мы продвигаем.

Но перед тем, как я озвучу самые эффективные каналы маркетинга, я заранее отвечу на вопрос. **Зачем вообще вкладывать деньги в маркетинг, неужели без него не обойтись?**

Я уверен, что в условиях увеличивающейся конкуренции среди стоматологий, многим клиникам бывает сложно сформировать собственную клиентскую базу. Один из наиболее эффективных способов исправить такое положение – **продвижение стоматологической клиники в интернете.**

Для недавно открывшейся стоматологии раскрутка сайта и социальных сетей позволяет достаточно **быстро собрать клиентскую базу и начать получать прибыль.**

Для тех же, кто предоставляет услуги уже достаточно давно, сайт станет способом **укрепить собственные позиции на рынке, а также наладить коммуникацию с постоянными клиентами и загрузить новых врачей работой.**





**Какие виды  
online-маркетинга  
мы используем?**

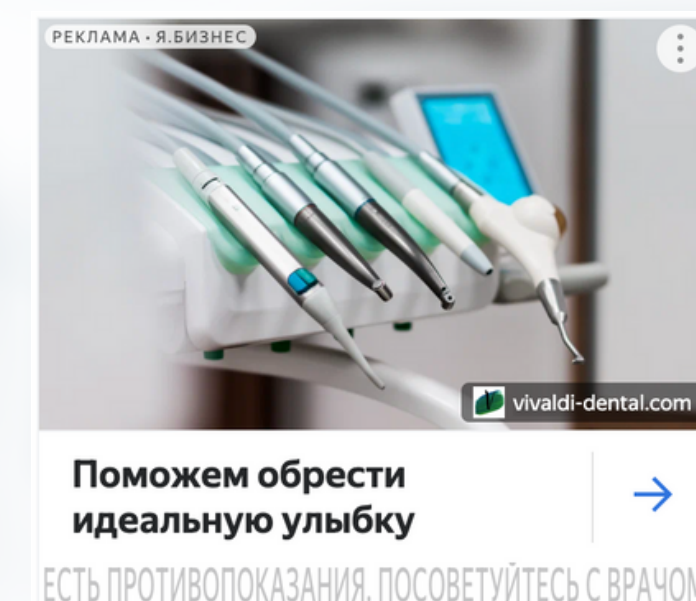




## Способ №1 – Контекстная реклама



**Контекстная реклама** — это различные объявления (текстовые, графические, видео), которые показываются пользователям в соответствии с их поисковыми запросами, интересами или поведением в интернете (если человек искал запрос про имплантацию зубов, то ему показывается реклама имплантации и т.д.). Контекстная реклама показывается в поисковых системах, на различных сайтах, в мобильных приложениях и на других ресурсах.



**Все зубы за 1 день Швейцария 250 т.р. Несъемный протез**  
**fam-dental.ru** > Зубы-за-1-день... Реклама  
КТ 0 руб. Врачи обучались в ЕС, США. Опыт 35 лет. **Имплантация** челюсти. 3 вида гарантий. · Центр **имплантации**. Семейная стоматология. Индивидуальный подход  
**Бесплатная консультация** · Штрауман · Премиум качество · 5 минут от метро  
**Контактная информация** · +7 (495) 241-XX-XX **Показать** ·  
будни 10:00-21:00, выходные 10:00-19:00 · м. Панфиловская · Москва  
ЕСТЬ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПОСОВЕТУЙТЕСЬ С ВРАЧОМ



# Кому этот способ подойдёт?

01

Если вы владелец стоматологии, развиваете свою клинику и не понимаете, **как совершить качественный прирост в доходе.**

02

Если у вас своя клиника, вы наняли новых врачей, но вам **не удастся загрузить их работой**, и из-за этого они постоянно совмещают работу в вашей стоматологии и стоматологии конкурента.

03

Если вы лидер локального рынка стоматологии, **у вас еще есть свободное расписание у врачей и свободные кресла.**



# Кому этот способ точно **не** подойдет?

01

Если вы владелец “старой формации” и считаете, что работает только сарафанный трафик и только он приносит “нормальных” клиентов, а остальное это мошенничество и обман.

02

Если вы не готовы вкладывать 3-5% от оборота клиники – от 50 000 руб. в месяц в регионах и от 150 000 руб. в МСК и СПб.

03

Если у вас слабый сайт и вы не готовы вкладывать деньги в его доработку.



# Преимущества данного канала рекламы



Возможность **быстро начать получать заявки и звонки от пациентов** (буквально на 2-3 день заявки уже начнут поступать в вашу стоматологию). **До 200 заявок в месяц!**



**Целевой и самый горячий трафик**, который доходит до стоматологии чаще, чем из других источников (лучше только сарафан и SEO).



# Недостатки данного канала рекламы

- **Необходимость оплаты за каждый клик** по контекстной рекламе: в среднем заявка будет обходиться от 700 до 1500 рублей в регионах и около 3500 рублей в Москве и СПб.
- Чтобы начать получать заявки из контекстной рекламы, **нужен хороший и продуманный с точки зрения маркетинга сайт**. Если у вас такого сайта нет, то, скорее всего, вы просто потратите деньги на ветер.
- **Сложность самостоятельной настройки** данного вида рекламы (без обращения в агентства маркетинга).

# Этапы работы по запуску контекстной рекламы



1

Сбор семантического ядра (список запросов, по которым будет показываться ваша стоматология).

2

На основе СЯ (семантического ядра) просчитывается стоимость клика по рекламе

3

Составляется прогноз по каждому каналу

4

Согласовывается бюджет

5

Составляются рекламные объявления и креативы

6

Запускаются рекламные кампании

7

Проводится корректировка рекламных кампаний и объявлений



# Какие результаты у меня в стоматологии и у моих клиентов на сопровождении?

В моей стоматологии данный канал является одним из важных источников привлечения клиентов.

СРЕДНЯЯ  
СТОИМОСТЬ  
ЗАЯВКИ

**800 РУБ.**

ЦЕНА  
ПЕРВИЧНОЙ  
КОНСУЛЬТАЦИИ

**3200 РУБ.**

ДОГОВОР НА  
ОРТОДОНТИЮ В  
КЛИНИКЕ

**9978 РУБ.**



Более подробно про цифры из данного канала я рассказывал [в этом посте](#) у себя в блоге.

# Совет от меня №1

При настройке контекстной рекламы очень важно **гиперсегментирование**. Лучше настраивать каждый кластер запросов на отдельную страницу.

## Пример:

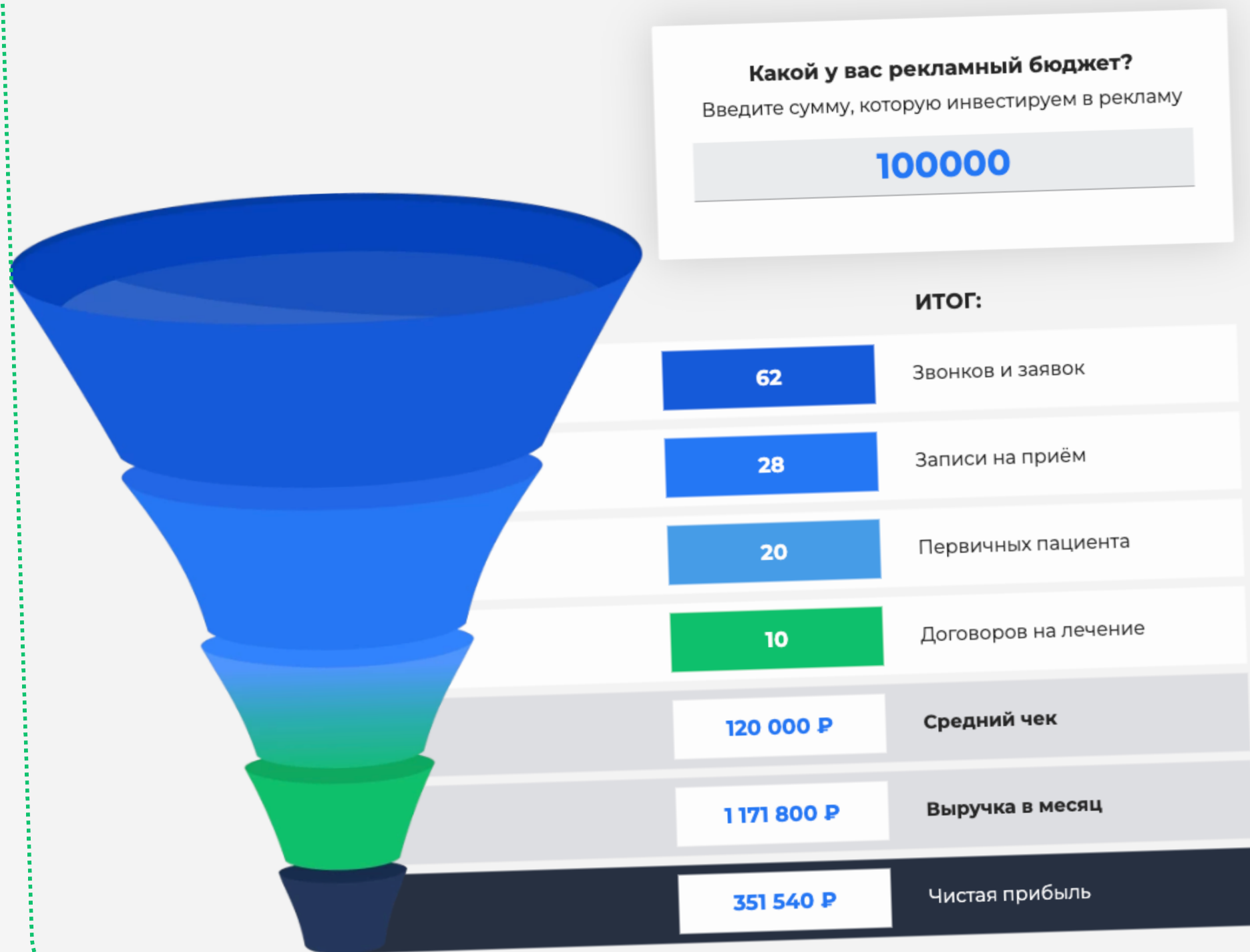
При рекламе запроса *“имплантация All-on-4”* эффективнее сделать **отдельную страницу** на сайте под него, разместить фото *“до”* и *“после”* с имплантацией 1 зуба ваших пациентов, указать цены на услугу и т.д.

Нет смысла делать рекламу *“All on 4”* на общую страницу с имплантацией: сделайте под эту группу ключей отдельную посадочную страницу для трафика, покажите кейсы пациентов с данного вида услуги и фотопротоколом *“до и после”* тотальной работы.





Калькулятор: сколько чистой прибыли заработает владелец стоматологии, который вкладывает в эффективную рекламу?



## Совет от меня №2

Просчитайте приблизительную окупаемость данного маркетингового канала **на нашем калькуляторе** и примите взвешенное решение, готовы ли инвестировать деньги в такую модель окупаемости




[Перейти к калькулятору.](#)


# Мой кейс: что будет, если вложить в рекламу стоматологии за месяц 100 000 рублей


Мы провели эксперимент и вложили **100 000 рублей** в рекламу стоматологии.


Спустя месяц согласованных планов лечения было на **1 096 000 рублей** - с учетом того, что дошли не все пациенты.


**Результаты через месяц после начала эксперимента:**


 **155 штук**  
количество обращений


 **645 рублей**  
цена заявки

 **3 125 рублей**  
цена приема

 **1 075 рублей**  
цена подтвержденной заявки (потребность выявили, услуга нужна)

 **11 111 рублей**  
цена договора

 **1 492 рубля**  
цена записи

 **121 777 рублей**  
средний чек плана лечения





**И главное - 76 теплых клиентов** еще могут прийти и подписать планы лечения.  
Ориентируемся на 10-20% от этого количества пациентов.

## Выводы:

- Увеличивать рекламный бюджет можно и нужно - это эффективный метод привлечения пациентов в стоматологию.
- Оборачиваемость клиентов небыстрая: 3-4 месяца - это минимальный срок от денег в рекламу до денег в кассе.

Контекстная реклама - один из лучших способов online-маркетинга для стоматологии при правильной ее настройке. Если у вас остались вопросы по работе с контекстной рекламой, можете оставить заявку на **часовую бесплатную консультацию со мной в [Telegram](#)**.

В рамках консультации мы рассмотрим ситуацию в вашей стоматологии точно и поможем найти точки роста в маркетинге. Если вам понравится мой подход, и я буду уверен, что я смогу вам помочь, то мы начнем сотрудничество!

## Способ №2 – Конверсионный сайт как фундамент и инструмент продаж



Наличие красивого и самое главное мощного сайта, который раскрывает перечень всех услуг стоматологии, а также подчеркивает статус клиники – **это базовая вещь при работе с маркетингом.**

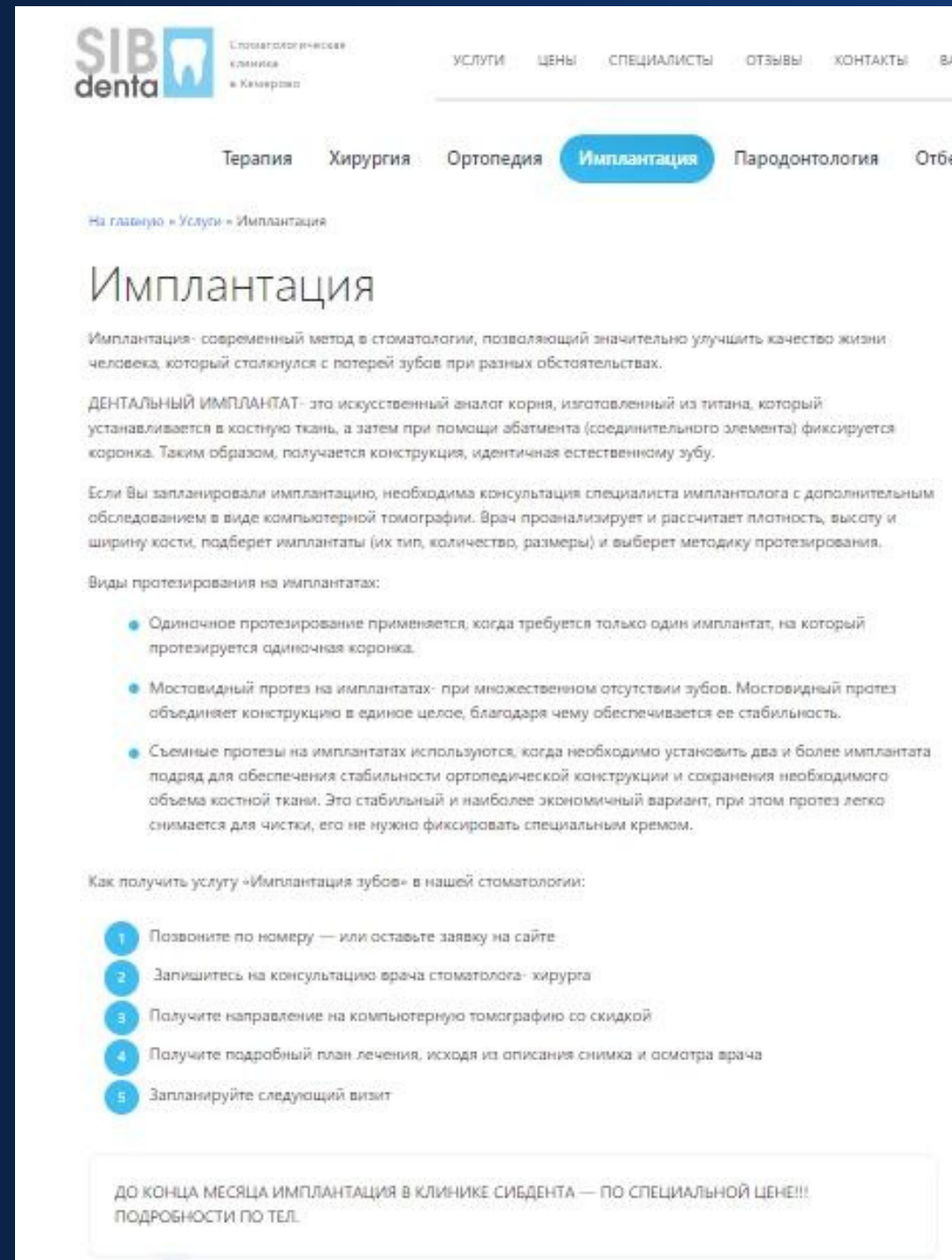
Если у вас слабый сайт, за 50 000 рублей, от сына бухгалтера или студента 3 курса, то, скорее всего, у меня для вас плохие новости.

Хороший сайт должен не только быть визуально красивым, но **и приводить клиентов и конвертировать посетителей в заявки или звонки!**

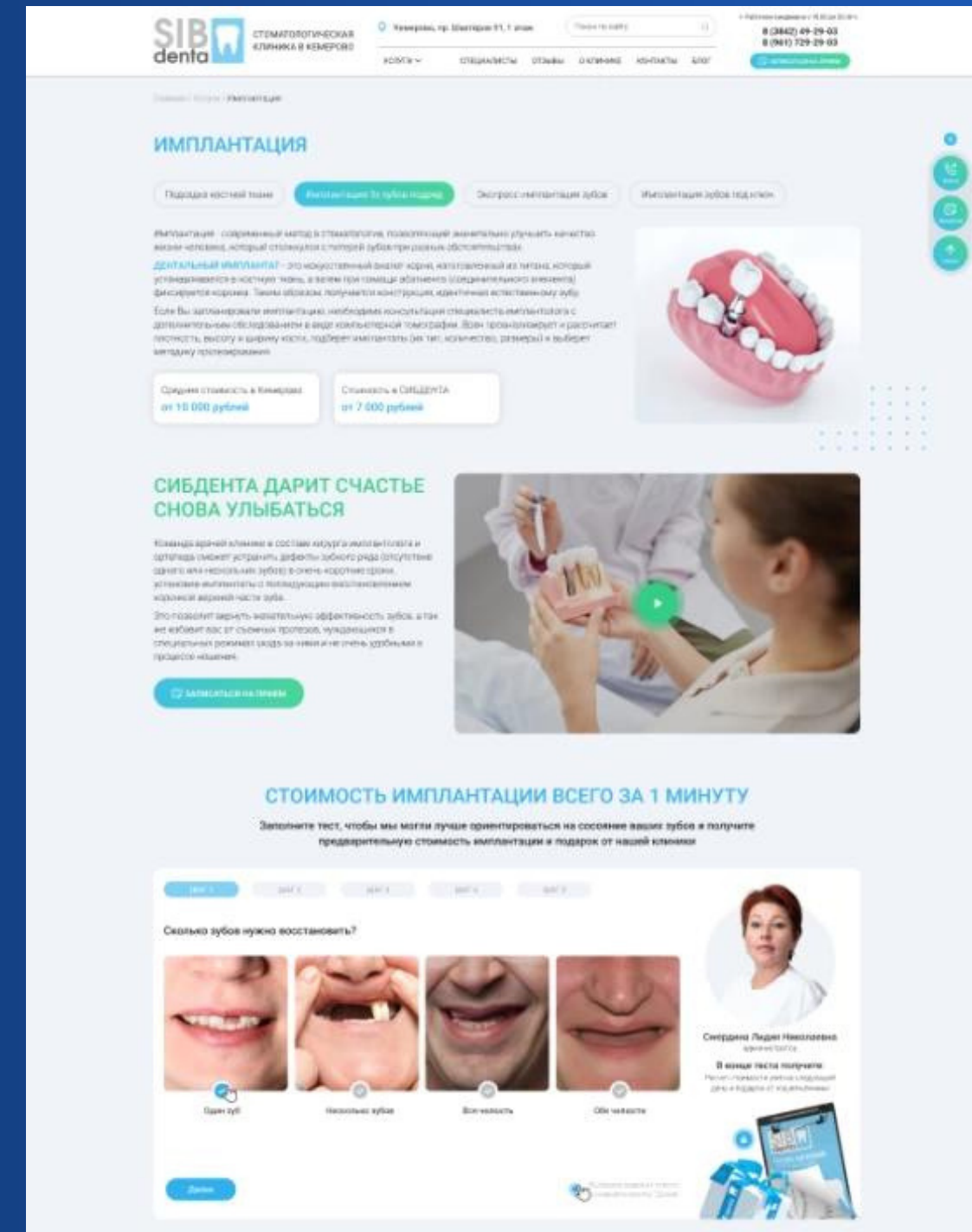




# Пример страницы сайта стоматологии до и после его проработки

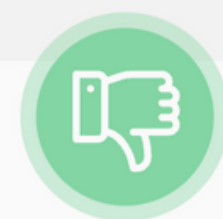


ДО



ПОСЛЕ

# Результат работы над сайтом клиента



**Было**

Дата отчета

**Февраль 2020**

Количество посетителей SEO

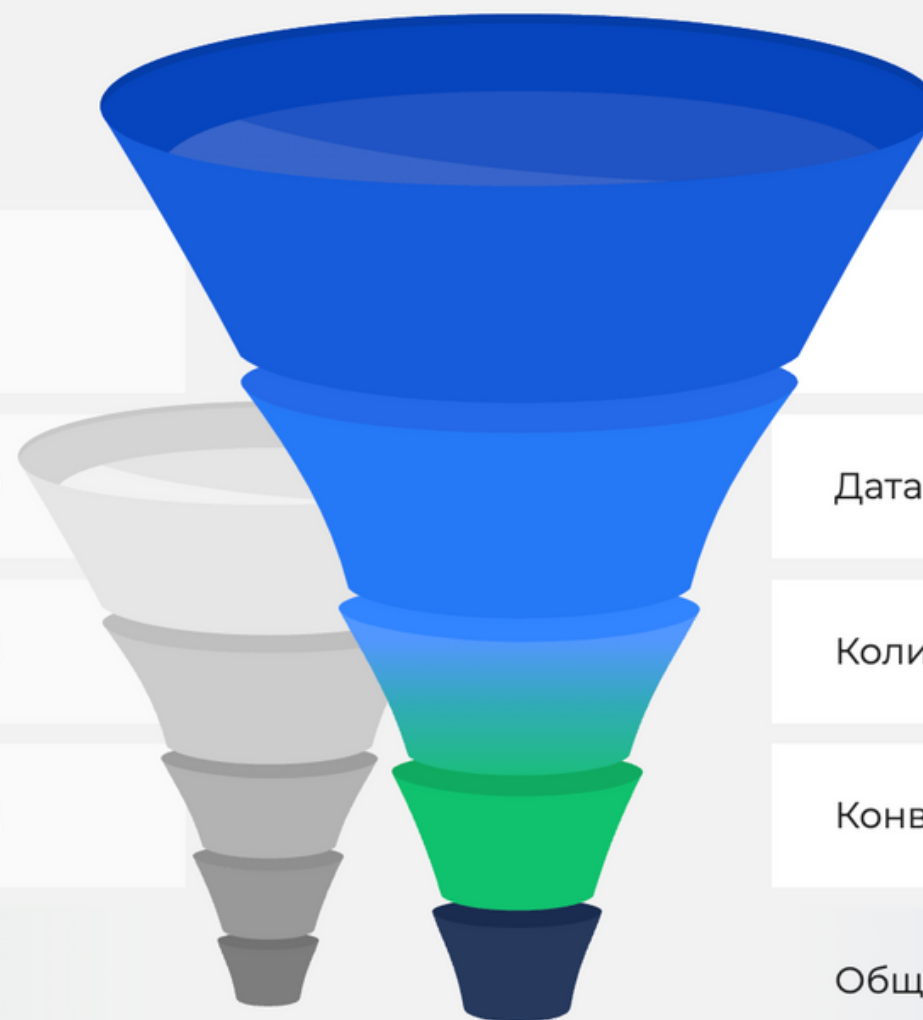
**183**

Конверсия в запись с сайта

**1,2**

Общая выручка в месяц

**500 000 руб.**



**Стало**



Дата отчета

**Февраль 2023**

Количество посетителей SEO

**1244**

Конверсия в запись с сайта

**4,7%**

Общая выручка в месяц

**2 000 000 руб.**

**+ 300 % роста выручки**



# Результат работы над сайтом клиента

С момента начала работы над сайтом стоматологии заметен значительный рост органического трафика на сайт благодаря **качественной проработке структуры и улучшению дизайна.**

Именно благодаря качественному конверсионному сайту стоматология стала ежемесячно получать **не менее 60 заявок на маржинальные услуги** (имплантация, протезирование, ортопедия), а еще **около 20 — на низкомаржинальные** (кариес, лечение) + звонки в клинику

Всего клиника получает **более 80 заявок** именно с сайта (бесплатный SEO трафик) и **не менее 40 звонков**

Этот кейс - одно из множества доказательств **важности мощного конверсионного сайта**, который будет стабильно приводить пациентов



[Посмотреть кейс “Как увеличить число пациентов с сайта в 10 раз и вырасти в 4 раза за 3 года!” полностью](#)

# Способ №3 – SEO-оптимизированный сайт стоматологии



**SEO оптимизация** – это специальная доработка сайта для увеличения видимости в глазах поисковых систем, которая позволяет выводить ваш сайт на первых строчках по нужным запросам, например, “имплантация зубов”, “протезирование зубов”, “лечение кариеса” и т.д. Таким образом можно получать бесплатных посетителей на сайт вашей стоматологии без покупки рекламы.

The image displays three screenshots of Yandex search results for dental services, illustrating the effectiveness of SEO optimization. Red boxes and arrows highlight specific search results and their positions.

- Search 1: "имплантация all on 4"**
  - Result 1: "Имплантация All-on-4 в Кемерово от 140000 рублей" (sibdenta-keмерово.ru) is highlighted with a red box. An arrow points to it with the text: "Сайт клиента на 2 месте по SEO по коммерческому запросу".
- Search 2: "лечение зубов"**
  - Result 1: "Лечение зубов в Кемерово от 1500 рублей" (sibdenta-keмерово.ru) is highlighted with a red box. An arrow points to it with the text: "Сайт клиента на 1 месте по очень частотному запросу".
- Search 3: "протезирование зубов"**
  - Result 1: "Протезирование зубов в Кемерово от 8000 рублей..." (sibdenta-keмерово.ru) is highlighted with a red box. An arrow points to it with the text: "Сайт клиента на 2 месте по дорогому запросу".



# Кому этот способ **подойдёт**?

**01**

Если вы владелец стоматологии и хотите **выстроить системный поток заявок** в вашу стоматологию, которые приходят каждый день.

**02**

Если в вашем регионе **рынок контекстной рекламы сильно перегрет**, и вы устали сражаться рекламными бюджетами с крупными сетями.

**03**

Если вы лидер локального рынка стоматологии, но постоянно **ищете новые каналы привлечения первичных пациентов**, которые точно работают.

**04**

Если вы хотите **усилить бренд** вашей стоматологии.

# Кому этот способ точно **не подойдет**?

01

Если у вас слабый сайт и вы не хотите его улучшать или хотите сэкономить на SEO-оптимизации сайта (например, сделать продвижение за 50 000 под ключ).

02

Если вы хотите быстрых результатов.

03

Если вы не планируете расти и масштабировать свою стоматологию.

04

Если ваш бюджет на все каналы маркетинга всего 50 000 руб. в месяц.

05

Если вы ищете волшебную таблетку, а не системный маркетинг.



# Преимущества данного канала рекламы



**Горячий трафик** - пациентам нужна услуга стоматологии уже сейчас, а не через месяц или два.



**Легкая закрываемость** данного трафика администратором на первичную консультацию, т.к. человеку нужна услуга здесь и сейчас, и за этим он отправляется в поисковую систему.



Цена лида из SEO - **0 рублей** (но необходимы затраты на разработку сайта + SEO).

# Недостатки данного канала рекламы

- Трудно масштабировать такой трафик.
- Долгий процесс оптимизации сайта (3-8 месяцев).
- Сложно выделить 1 направление трафика.



# Какие результаты у меня в стоматологии и у моих клиентов на сопровождении?

- Из 10 стоматологий, которые находятся у нас в агентстве на продвижении, минимальная посещаемость сайта из SEO выросла **в 8 раз** с момента обращения, а максимальный прирост посещаемости - **в 17 раз** с момента начала работы над проектом.
- Количество заявок за счет SEO оптимизации увеличилось **минимум в 5 раз, а максимум в 11 раз!**
- В среднем стоматология в регионе из канала SEO получает **около 120 заявок в месяц** и окупаемость сайта составляет **менее 4 месяцев**, а дальше - только бесплатные и постоянные заявки в стоматологию.



Больше кейсов по продвижению стоматологий от нас вы можете посмотреть [на нашем сайте](#)

# Кейс: продвижение стоматологии из рейтинга ТОП-2 в StarSmile в топ-10 поисковых систем

На момент начала сотрудничества сайт клиники имел недостаточно высокие показатели поискового трафика.

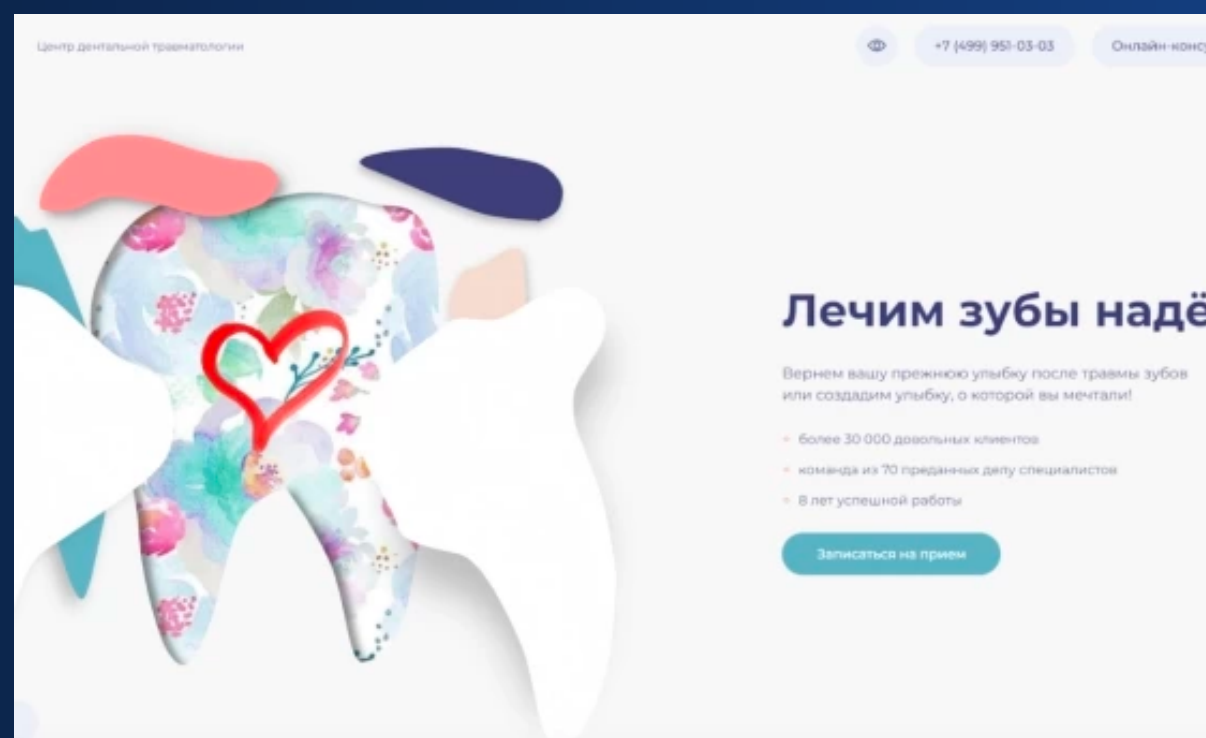
**Клиника практически не получала первичных пациентов с сайта, а это существенные потери.**

На первом этапе мы провели **комплексную переработку сайта стоматологии** для выведения в топ поисковых систем и увеличения органического трафика, то есть привлечения первичных пациентов.

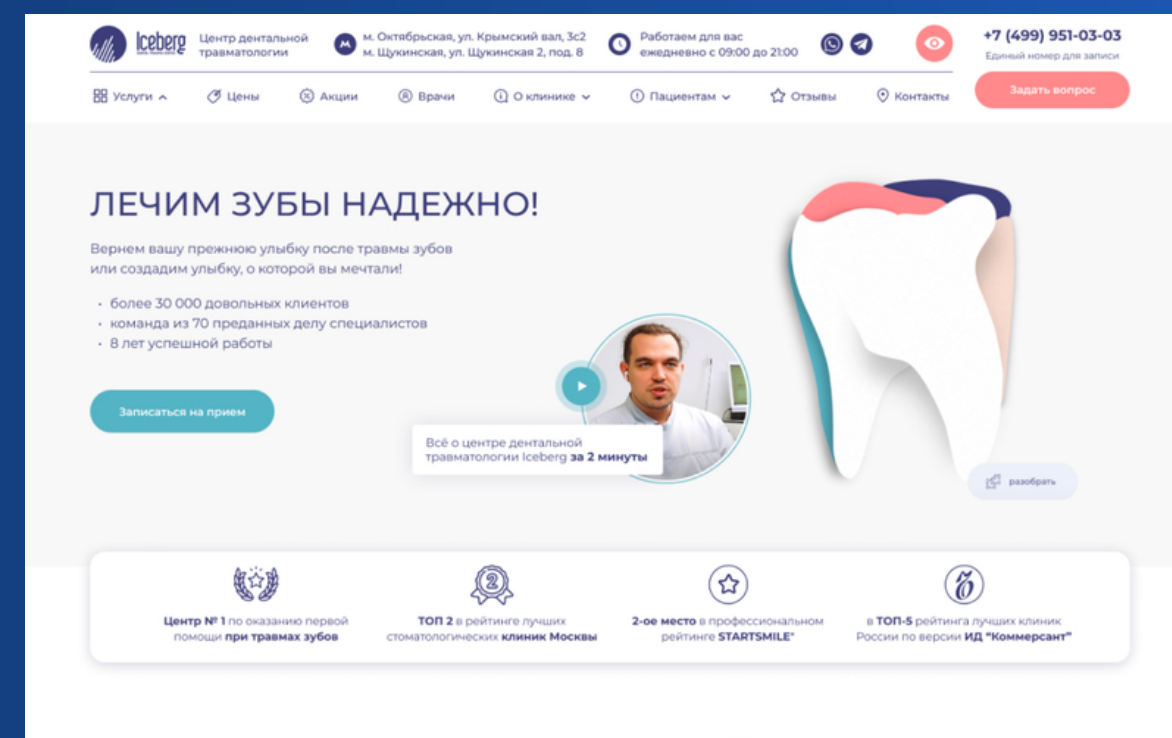


[Прочитайте подробный кейс об этапах работ по переработке сайта под SEO и результатах](#)

до



после





# Кейс: продвижение стоматологии из рейтинга ТОП-2 в StarSmile в топ-10 поисковых систем

## Результат SEO за 9 месяцев сотрудничества

Несмотря на очень серьезную конкуренцию за поисковый трафик в городе Москва, каждый месяц работы над сайтом мы видим **устойчивую динамику к росту трафика из поисковых систем**, а в синергии с увеличившейся конверсией (количество пользователей, которые оставляют заявку) **количество заявок ежемесячно растет**.

### Результаты Yandex:

- В ТОП-3 - на 01.02.24 таких запросов - 18 шт. (7%),
- В ТОП-10 - на 01.02.24 таких запросов - 64 шт. (24%),
- ТОП- 11-30 на 01.02.24 таких запросов - 82 шт. (30%)

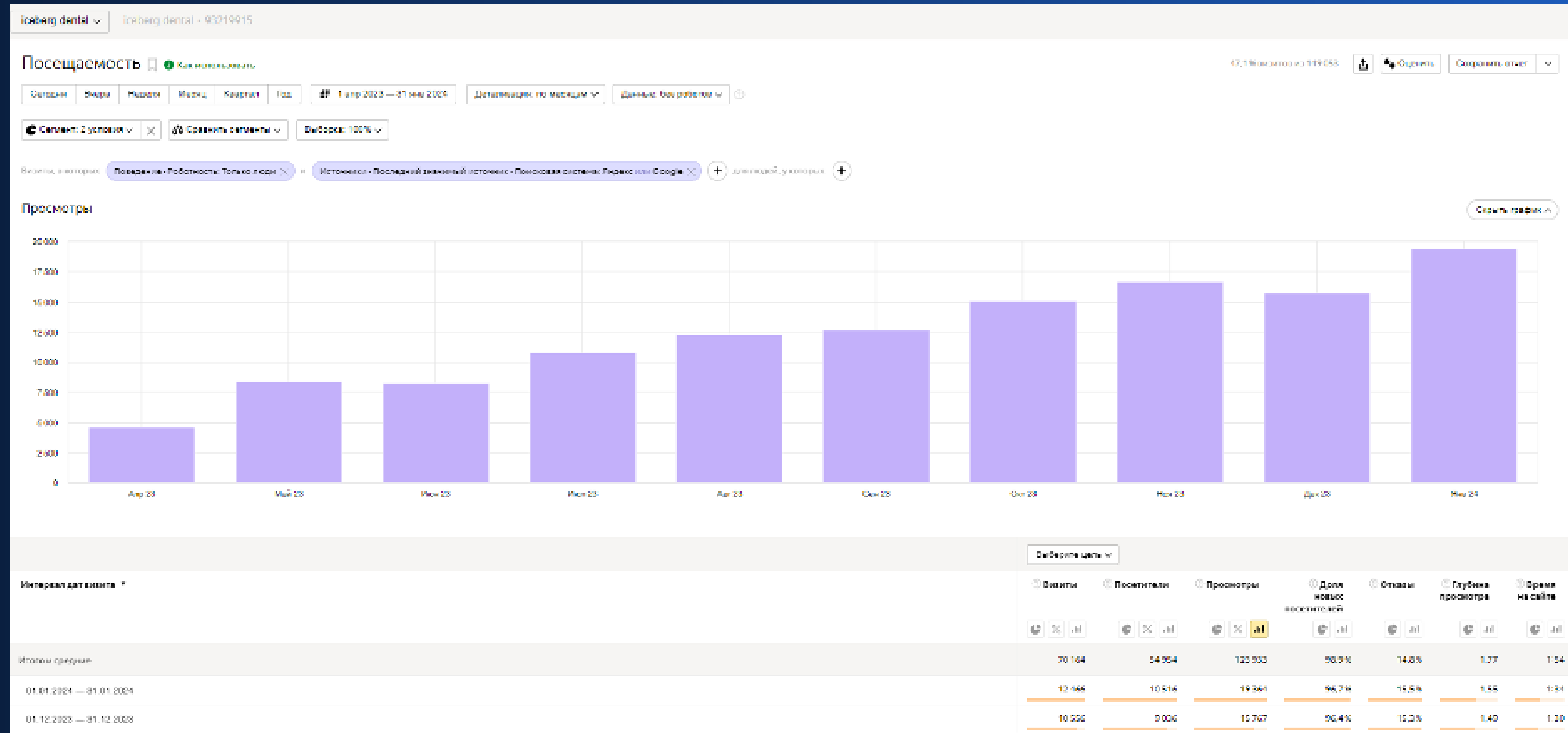
### Результаты Google:

- В ТОП-3 - на 01.02.24 таких запросов - 13 шт. (5%),
- В ТОП-10 - на 01.02.24 таких запросов - 32 шт. (12%),
- ТОП- 11-30 на 01.02.24 таких запросов - 46 шт. (17%),

С поисковой системы Яндекс в январе зашло **7033 человек** (6139 в декабре)

С поисковой системы Google в январе зашло **4595 человек** (3727 в декабре)

# Результат SEO за 9 месяцев сотрудничества



Общий тренд по месяцам



# Результат SEO за 9 месяцев сотрудничества



Результаты Google



Результаты Yandex

# Вывод по кейсу

Многие сайты стоматологий имеют **устаревший дизайн, плохо структурированы и не отвечают на вопросы пользователей.**

Если уделить внимание контенту, юзабилити, удобству и дизайну сайта клиники, а затем планомерно заниматься его SEO продвижением, можно обеспечить **стабильный приток первичных пациентов**

Кроме этого, сайт является **визитной карточкой любой стоматологии**: от того, насколько он визуально привлекателен и удобен для посетителей, также зависит успех продвижения клиники.

**SEO-оптимизация сайта является ключом к успешному продвижению любой стоматологии**

На примере данного кейса можно оценить важность и эффективность **качественного SEO-оптимизированного сайта**, который будет стабильно приводить пациентов



**[Посмотреть кейс “Продвижение стоматологии из рейтинга ТОП-2 в StarSmile стоматологий Москвы, комплексная переработка сайта под трафик из поисковых систем” полностью](#)**

# Совет от меня №3

На рынке SEO-продвижения очень много дилетантов, и оценить их работу с первого месяца сотрудничества очень сложно, т.к. **результат в SEO наступает в течение 2-3 месяцев.**

Перед выбором подрядчика по SEO-продвижению стоматологии **посмотрите имеющиеся кейсы, проверьте подрядчика на элементарное понимание воронки продаж в стоматологии, конверсий, а также понимания базовых принципов SEO.**

Лучший результат сможет сделать тот сотрудник или подрядчик, который **уже делал этот результат другим клиентам** в аналогичной нише.





## Способ №4 – Таргетированная реклама в социальных сетях



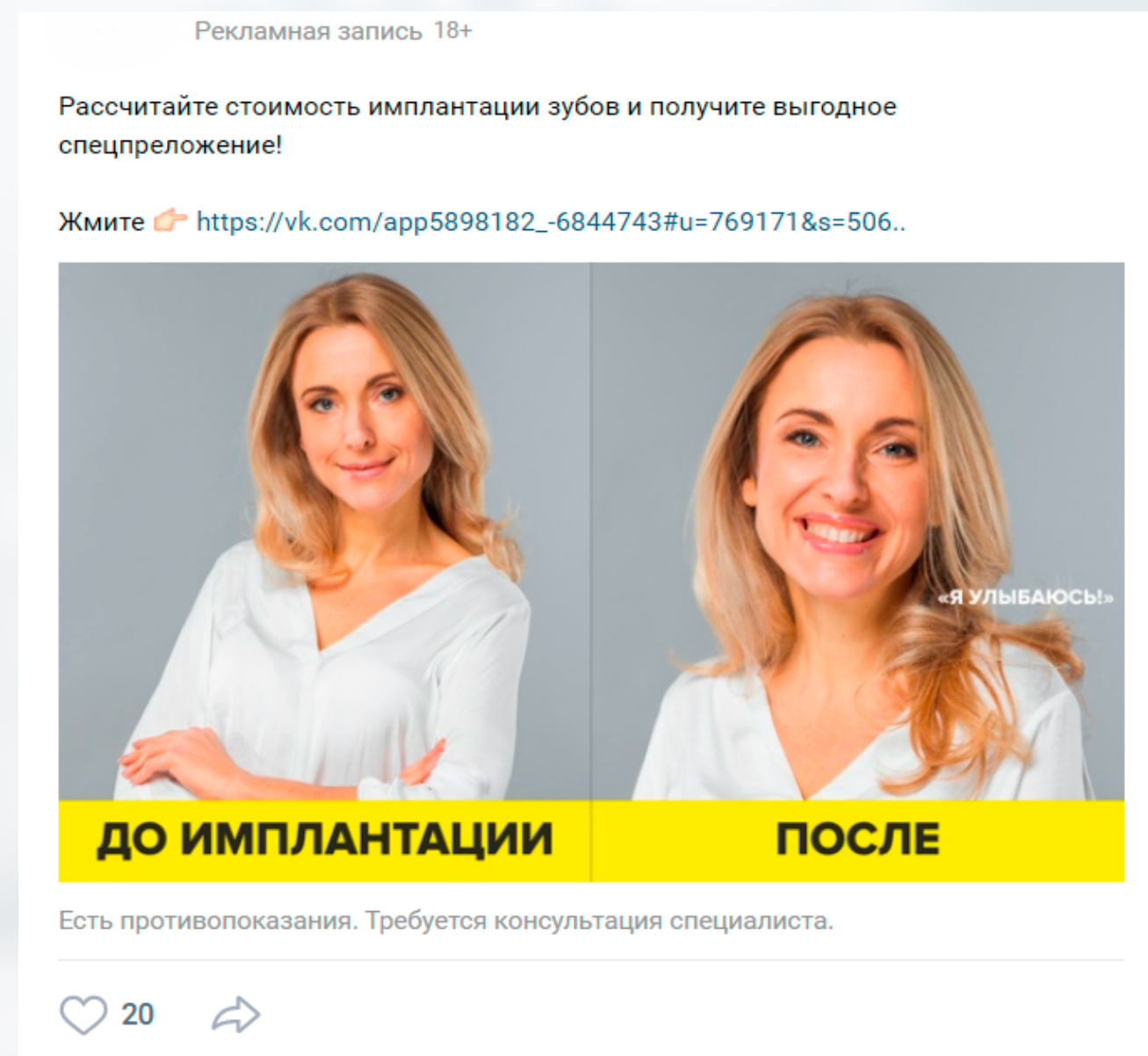
**Таргетированная реклама** представляет собой объявления, которые транслируются определенной целевой аудитории в поисковых сетях на основе общедоступной информации из профилей пользователей.

### Какие социальные сети лучше использовать:

- Вконтакте (терапия, ортодонтия).
- Одноклассники (имплантация, ортопедия).

### Какой способ мы используем для продвижения в соцсетях:

- Делаем очень мощные и продающие короткие ролики, например, с процессом гигиены полости рта.
- Делаем фотографии до и после (до имплантации и после имплантации).



**Мое субъективное мнение:** российские социальные сети – это часто про несформированный спрос. Т.е. у наших социальных сетей нет таких возможностей таргетинга на аудиторию в отличие от “нелзяграмма”, следовательно, заявки часто холоднее.

Я всегда предлагаю своим клиентам заходить с услуги – “гигиена полости рта”, а далее формировать **LTV с клиентом**: приглашать его на дальнейшие услуги, если это необходимо исходя из медицинских показаний.

Иными словами, формировать базу из соцсетей возможно, но из контекстной рекламы трафик горячее.





# Механика запуска таргетированной рекламы



1

Таргетолог связывается с собственником, согласовывает рекламные офферы.

2

Таргетолог подготавливает креативы (картинки) и текст объявлений, согласовывает их с собственником.

3

Таргетолог настраивает рекламный кабинет, собирает аудитории, загружает объявления (картинка и текст объявления). Производится настройка синхронизации заявок с AmoCRM.

4

Откручивается тестовый бюджет в 10 - 15 тысяч рублей. Собирается статистика по стоимости лида, удачным и неудачным офферам.

5

Исходя из потребности клиники по количеству лидов в день, рассчитывается бюджет с учетом стоимости лида в тестовом бюджете.

6

Собирается ежедневная статистика, и отслеживается стоимость лида. При повышении стоимости лида вносятся корректировки в рекламную кампанию (обновляется аудитория, обновляется креатив, заменяется оффер).



# Как еще продвигаться в социальных сетях



Заказывайте посеvy рекламы в городских пабликах на вашу группу ВК и Одноклассниках с призывом подписаться на вас в соцсетях.



С периодичностью 3–5 раз в неделю публикуйте интересный контент + кейсы по лечению пациентов.



Делайте акции и приглашайте на бесплатные консультации в клинику, чтобы загрузить молодых врачей.



Если у вас остались вопросы по работе с контекстной рекламой, можете оставить заявку на **часовую бесплатную консультацию со мной в [Telegram](#)**. В рамках консультации мы рассмотрим ситуацию в вашей стоматологии точно и сможем найти точки роста.



## Способ №5 – Посев на городских площадках



**Посев** – это платный рекламный пост в крупном сообществе: городском либо тематическом. Тема рекламы в сообществах не менее широка, чем сама контекстная реклама, если к этому подходить профессионально.

### Плюсы посева:

- Быстрый эффект
- Лояльная модерация
- Возможен нативный формат

### Минусы посева:

- Услуги должны быть с низким порогом принятия решения (до 2-3к)
- Нет четкого таргетирования на целевую аудиторию

Типичный Новосибирск  
10 июн Реклама от автора

Что делать, если сломался зуб?  
Потерять зуб можно как от знакомых ситуаций «дотянули» [Показать ещё](#)

поломаны или потеряны зубы? → ВОССТАНОВИМ УЛЫБКУ  
БЫСТРО, ВЫГОДНО, БЕЗ БОЛИ И НЕРВОВ!  
ИМПЛАНТЫ STRAUMAN 3=2  
ШВЕЙЦАРИЯ 98% ПРИЖИВАЕМОСТЬ  
АКЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

РЕСТАВРАЦИЯ ЗУБОВ  
КОРОНКА ИЗ ДИОКСИДА ЦИРКОНИЯ ПО ЦЕНЕ МЕТАЛЛОКЕРАМИКИ  
25 000 Р 15 000 Р  
АКЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ПРЕИМУЩЕСТВА ЦИРКОНИЕВЫХ КОРОНОК  
– анатомичность  
– эстетика  
– биосовместимость  
– точность изготовления

Центр стоматологии

7 11 6 22K

# Механика запуска рекламных посевов

**Подбор сообщества для посева** – это серьезная задача, заниматься которой должен профессионал. Она предполагает большой объем анализа, парсинга, поиска. Проводится подбор подходящих по тематике и геолокации сообществ. Далее анализируется аудитория, проходит анализ схожих по тематике постов и отклика аудитории на него. Если по всем этим факторам сообщество подходит, то происходит согласование с администрацией паблика о стоимости и условиях размещения.

Далее подбирается формат, оффер, готовится контент, согласовывается с администрацией сообщества. После размещения анализируется результат посева и принимается решение о последующих размещениях.



## Какой канал для рекламы выбрать для своей стоматологии?



На самом деле, существует еще **порядка 30 источников рекламы**, которые я использую для клиентов и для развития своей стоматологии. Выше я привел лишь самые популярные инструменты, которые **точно работают в любом городе**, если доверить их внедрение грамотному подрядчику.

### С какого инструмента начать?

- В своей стоматологии я начал **с внедрения CRM-системы и конверсионного сайта**, т.к. считаю трафик с контекстной рекламы самым горячим, но его нужно покупать *лишь на конверсионный сайт*.
- Далее внедрял **SEO продвижение**, что позволило мне за 2.5 месяца **полностью загрузить 2 кресла** и задуматься над расширением бизнеса.
- Клиентам из Москвы мы внедряем **по 5-7 инструментов**, чтобы загрузить клиники на 8-10 кресел.
- Также важной частью продвижения является внедрение **CRM-системы** для управления всеми входящими заявками и звонками, а также **скриптов для администраторов**.

Если вы хотите успешно развивать вашу стоматологию, внедрив системный и управляемый маркетинг, чтобы получать стабильный результат, [оставляйте заявку на бесплатную консультацию со мной](#)

В режиме онлайн мы обсудим важные нюансы продвижения клиники, я отвечу на ваши вопросы и **мы вместе найдем точки роста в вашей стоматологии!**

