



Маркетинговая стратегия Центра Нейромодуляции

Центр Нейромодуляции предлагает инновационные методы лечения неврологических заболеваний. Стратегия направлена на укрепление позиций на рынке медицинского туризма.

 **by Gang**

Алгоритм работы по разработке стратегии

01

Анализ конкурентов

02

Анализ потребителей

03

Маркетинговые
исследования

04

Позиционирование и
продвижение

Анализ конкурентов



MEDICALPARK

Анализ конкурентов

Российские конкуренты (прямые)

- ФГБУ Федеральный центр нейрохирургии
- НМИЦ психиатрии и неврологии им. В.М. Бехтерева
- ЕМС
- Национальный медицинский исследовательский центр им. академика Е.Н. Мешалкина
- ФГБУ Федеральный центр нейрохирургии (г. Тюмень)

Турецкие конкуренты

- Medipol
- Medical Park

Предлагают схожие услуги, но менее специализированы в нейромодуляции

Преимущества конкурентов

- использование международных технологий
- большая известность на территории России
- местоположение клиник

Наши преимущества

- специализация на конкретных заболеваниях
- большой профессиональный опыт
- комплексность для пациента
- оказание услуг российским гражданам



Целевая аудитория

1 Пациенты

Люди с неврологическими заболеваниями, преимущественно старше 60 лет

2 Близкое окружение

Семья, опекуны и родственники пациентов

3 Медицинские работники

Врачи смежных специальностей, диагностирующие и лечащие неврологические заболевания в России





SWOT-анализ

Сильные стороны (S)

- высокая квалификация специалистов
- передовые методы лечения

Слабые стороны (W)

- недостаточная узнаваемость бренда на международной арене

Возможности (O)

- растущий спрос на высокотехнологичные медицинские услуги

Угрозы (T)

- конкуренция на рынке медицинского туризма
- законодательные изменения



Позиционирование и архетип бренда

Архетип "Родитель"

Отражает заботу, поддержку
и эмоциональную связь
с пациентами

Ценности

- квалификация
- надежность
- безопасность
- внимание

Уникальное предложение

Комплексный подход к лечению неврологических заболеваний
с заботой о пациенте

Тактика продвижения

1 Онлайн продвижение

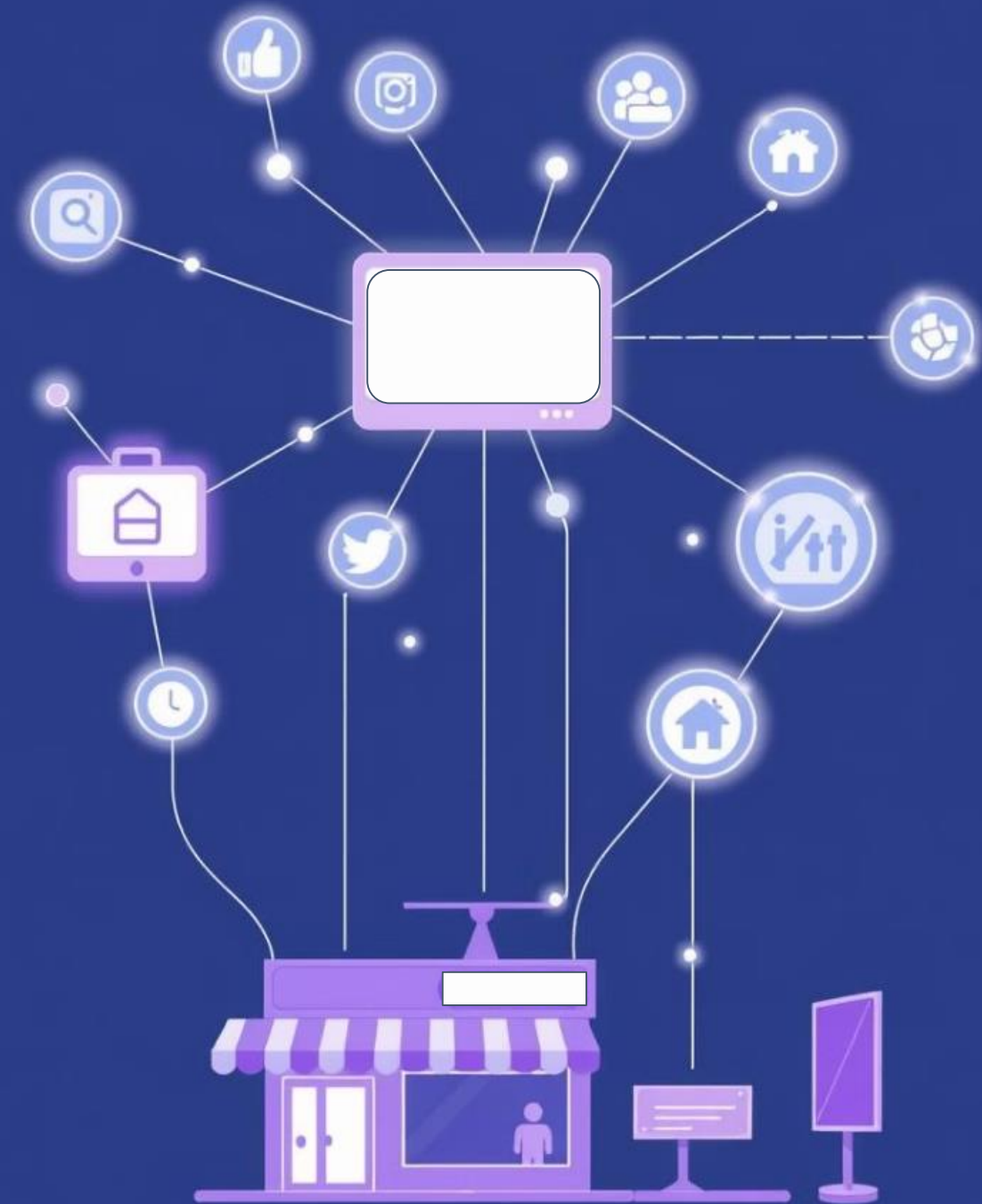
SEO-оптимизация, контекстная реклама, социальные сети, вебинары для врачей и пациентов

2 Офлайн продвижение

Участие в медицинских конференциях, партнерства с российскими клиниками

Оценка эффективности

Анализ конверсии, отзывов пациентов, количество обращений



Онлайн продвижение



Сайт и SEO

- создание русскоязычного лендинга
- оптимизация ключевых слов и контента для поисковых систем



Социальные сети

- адаптация контента для русскоязычной аудитории
- добавление экспертных рубрик и обзоров Центра



Реклама

- таргетированная и контекстная реклама с оптимизированным бюджетом для максимальной эффективности



Социальные сети

- 1** **Истории пациентов**
Создание видеороликов и статей, рассказывающих о реальных историях пациентов
- 2** **Экспертный контент**
Публикация материалов от ведущих специалистов, которые делятся своими знаниями и опытом, отвечая на вопросы, волнующие пациентов
- 3** **Публикации в связке с рекламными объявлениями**
SMM-сопровождение в связке с работой таргетированной рекламы обеспечит эффективность работы инструментов

Оффлайн продвижение

1 Установление связей

- партнерские отношения с ведущими российскими медицинскими центрами
- сотрудничество с организациями-посредниками в сфере медицинского туризма

2 Обмен опытом

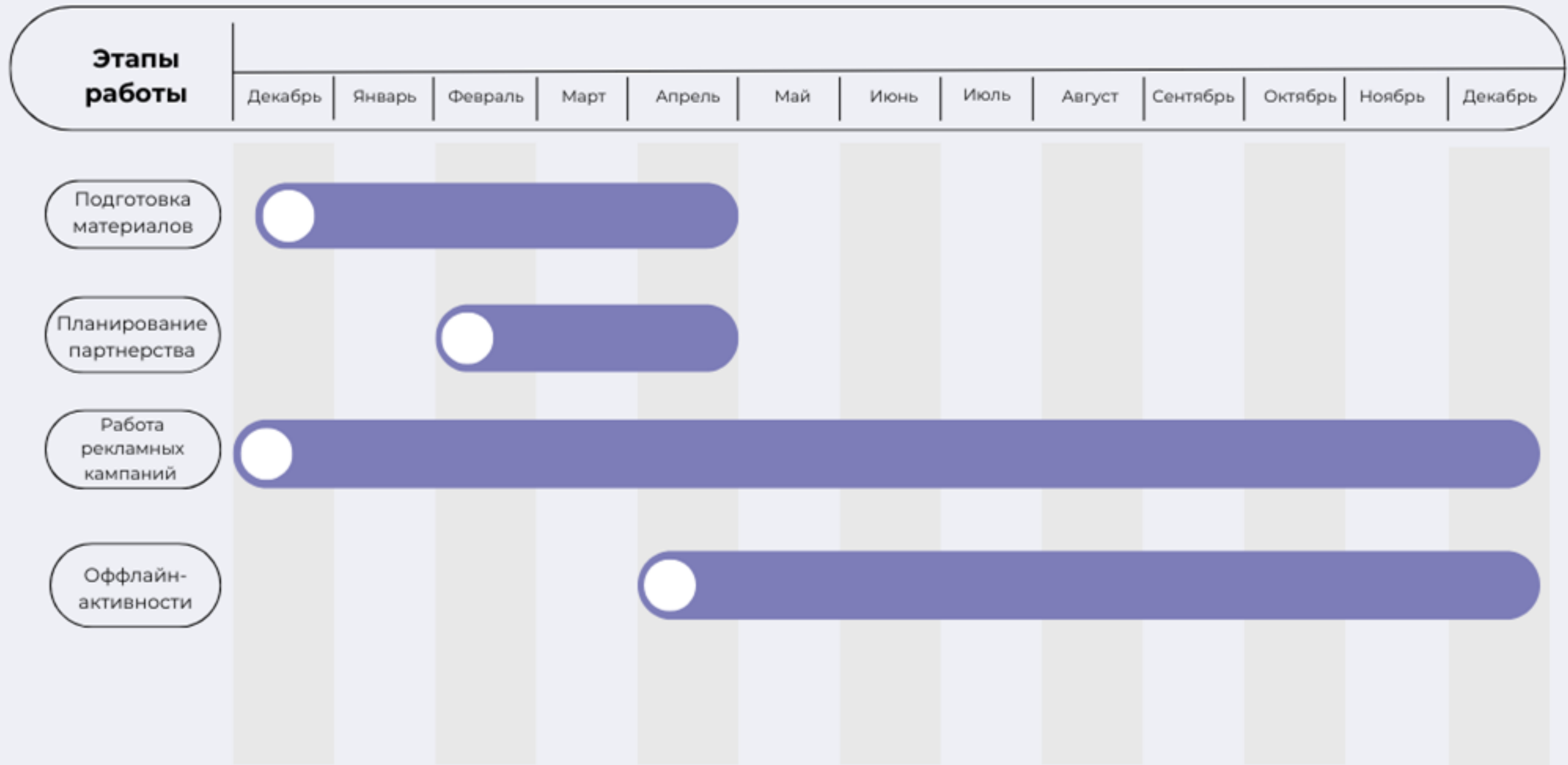
организация совместных консультаций и обмен экспертными мнениями с российскими специалистами

3 Медицинские выставки

участие в профильных медицинских выставках и конференциях на территории России



Медиаплан





Оценка эффективности и корректировка стратегии

Мониторинг KPI

регулярный анализ ключевых показателей эффективности маркетинговых каналов

Обратная связь

сбор и анализ отзывов пациентов для улучшения качества услуг

Адаптация стратегии

гибкая корректировка маркетинговой стратегии на основе полученных данных

Инновации

внедрение новых маркетинговых инструментов и технологий для повышения эффективности

Заключение

Разработанная маркетинговая стратегия позволит Центру Нейромодуляции выделиться на конкурентном рынке в России, сформировать уникальное восприятие бренда и создать доверительные отношения с пациентами. Важно постоянно отслеживать эффективность маркетинговых действий и вносить коррективы, чтобы обеспечить максимальную эффективность инструментов.

