

БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ

Чек-лист «Первые 90 дней маркетинга медицинского центра»

Приложение к статье «Маркетинг медицинского центра: с чего начать». Тексты рекламы согласуйте с юристом.

Дни 1–14. Основа

- ☐ Лицензия и реквизиты актуальны и совпадают с сайтом
- ☐ Список направлений с приоритетами: маржа, свободные слоты врачей, спрос
- ☐ Страницы врачей: образование, стаж, специализация, фото
- ☐ Цены или вилки по основным услугам на сайте
- ☐ Страницы услуг: описание, подготовка, длительность, врачи, цены, сертификаты
- ☐ Онлайн-запись и форма заявки работают на телефоне
- ☐ https, адаптивная версия
- ☐ Метрика: цели на запись, звонок, клик по телефону, мессенджер
- ☐ Коллтрекинг; учёт обращений в таблице или CRM
- ☐ Регламент администраторов: время ответа, скрипт, работа вне часов приёма

Дни 15–30. Быстрые каналы

- ☐ Карточки в Яндекс Картах и 2ГИС заполнены, подтверждены, с фото
- ☐ Просьба об отзыве после приёма включена в процесс
- ☐ Документы для модерации рекламы собраны
- ☐ Рекламные тексты проверены юристом
- ☐ Запущена реклама на 2–3 приоритетных направления
- ☐ Реклама ведёт на страницы конкретных услуг

Дни 31–60. Оптимизация и долгий канал

- ☐ Анализ: цена обращения, цена записи, доля дошедших до приёма
- ☐ Отключены неэффективные запросы и объявления
- ☐ Запущен ретаргетинг с предупреждением в графических объявлениях
- ☐ Семантика по услугам и симптомам для SEO
- ☐ Первые экспертные материалы, написанные врачами и отредактированные
- ☐ Технические исправления сайта

Дни 61–90. Репутация и итоги

- ☐ Ответы на все отзывы

- ☐ Напоминания пациентам о повторных приёмах и профилактике (с согласия)
- ☐ Отчёт: расходы, обращения, записи, визиты, выручка
- ☐ Решение: какие направления усиливать, какие остановить
- ☐ План на следующий квартал

Таблица учёта

Месяц	Расходы, ₽	Обращения	Записи	Визиты	Выручка, ₽	Цена записи, ₽
1						
2						
3						

Следующий шаг: аудит сайта — <https://vprioritete.ru/services/audit/>