



## КЕЙС ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ВРАЧА ХИРУРГА-УРОЛОГА МИРАБА ГУСЕЙНОВА

После запрета сами-знаете-каких соцсетей, многие клиенты задаются вопросом, может ли продвижение, например, в нельзязграме принести результаты? Можно смело ответить, что при правильном подходе — да!

Сегодня представляем вашему вниманию кейс по продвижению врача [хирурга-уролога Мираба Гусейнова](#).





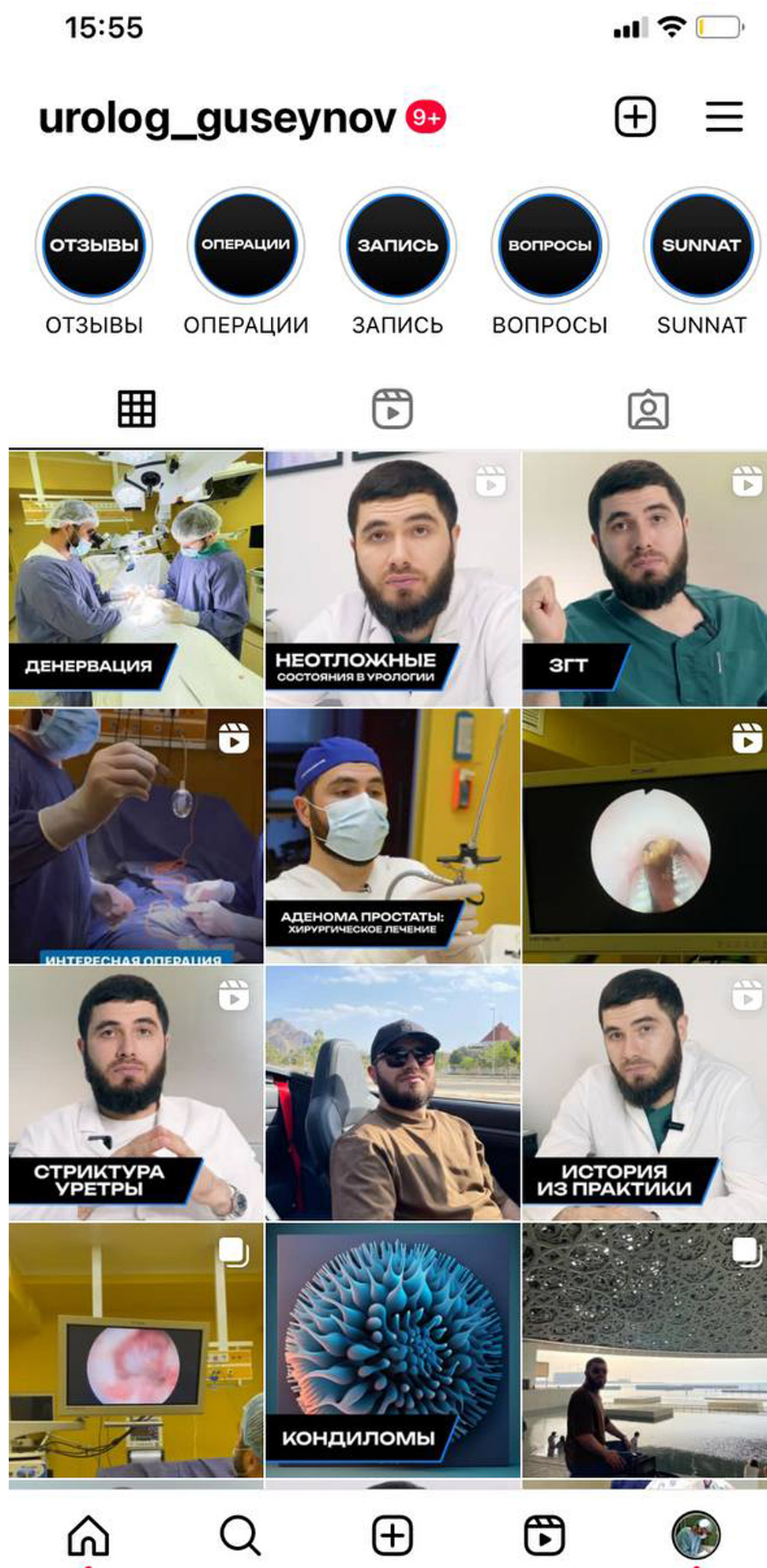


Работа началась, как и всегда, с изучения анкеты доктора. Это помогло нашему SMM-менеджеру прощупать почву и понять, какой контент-стратегии стоит придерживаться в соответствии с пожеланиями клиента. До обращения к нам доктор уже продолжительное время вел страницу в инстаграме, однако публикации и истории не выкладывались регулярно, профиль не был выдержан в едином фирменном стиле. В первую очередь, важно было заняться оформлением и разработкой стиля.

## БЫЛО:



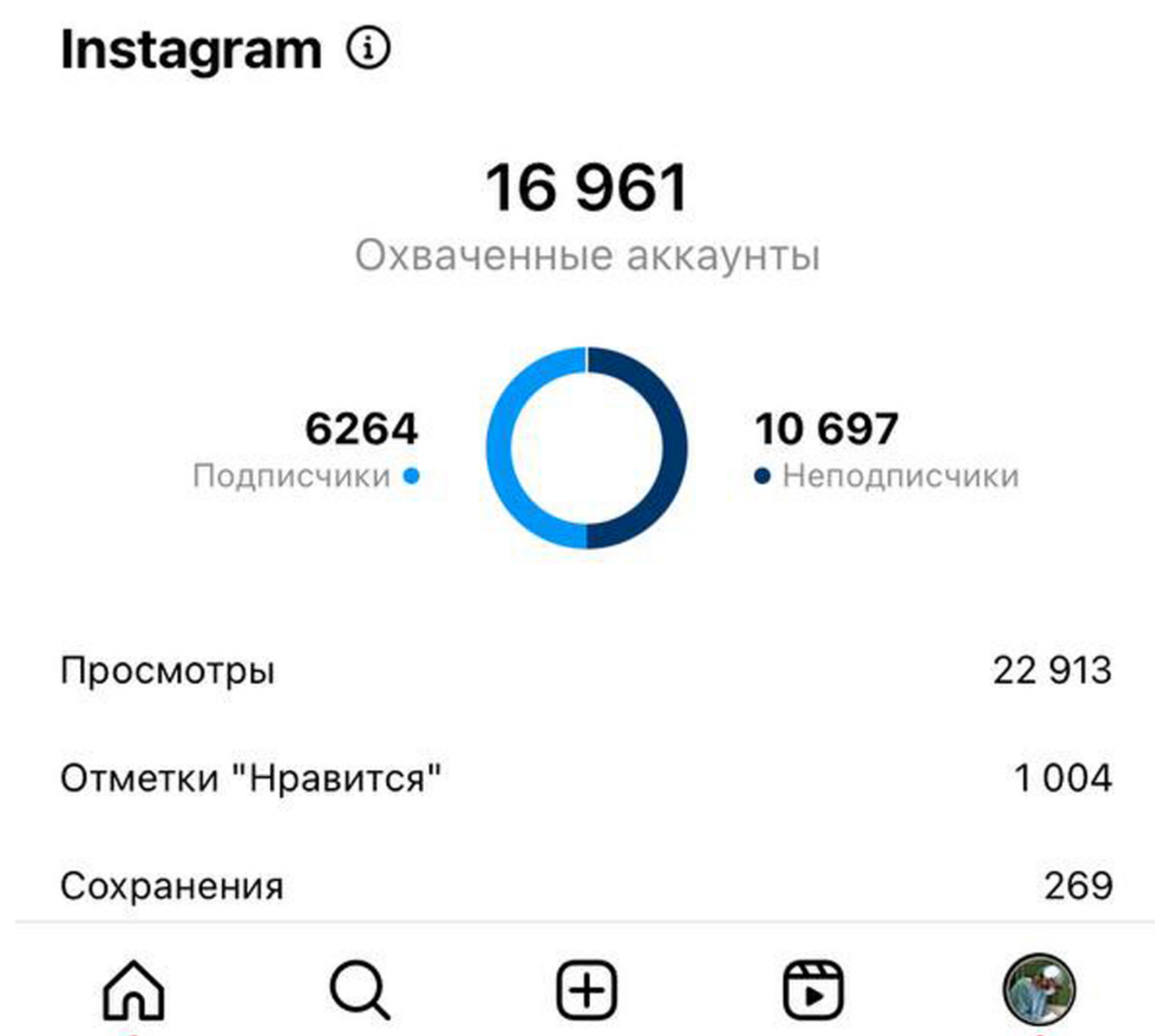
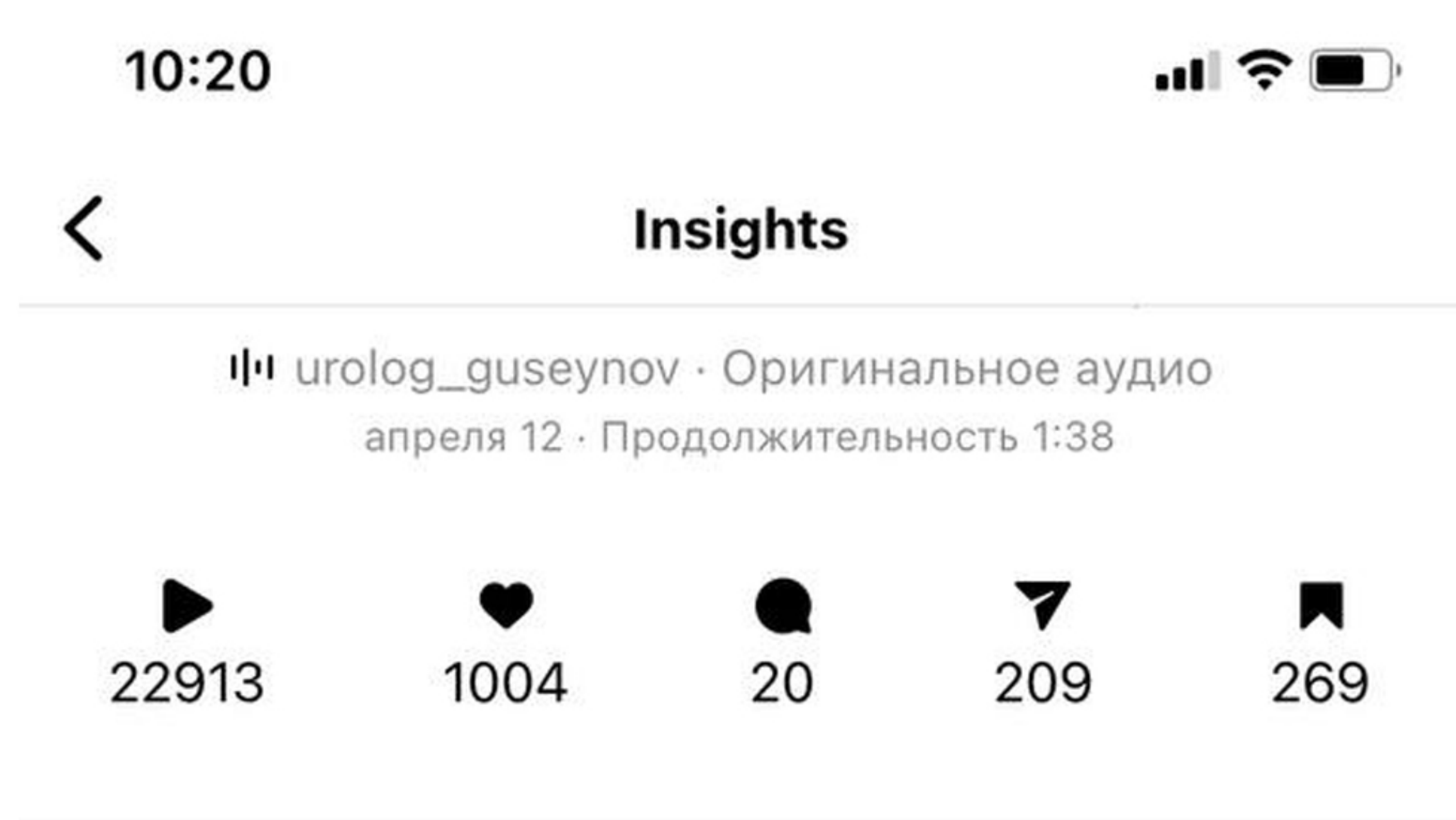
## СТАЛО:







После того, как мы закончили с визуальным наполнением профиля, приступили к разработке плана публикаций. SMM-менеджер согласовала с доктором темы для съёмки, далее наша команда отправилась в клинику для того, чтобы записать видео. Видео проходят через монтаж, а копирайтеры с медицинским образованием пишут для них тексты. Каждый месяц у доктора выходит порядка 15 постов. При этом, большинство из публикаций — видеоформат, который отлично вписывается в соцсеть. Многие публикации вызывают отклик у подписчиков.

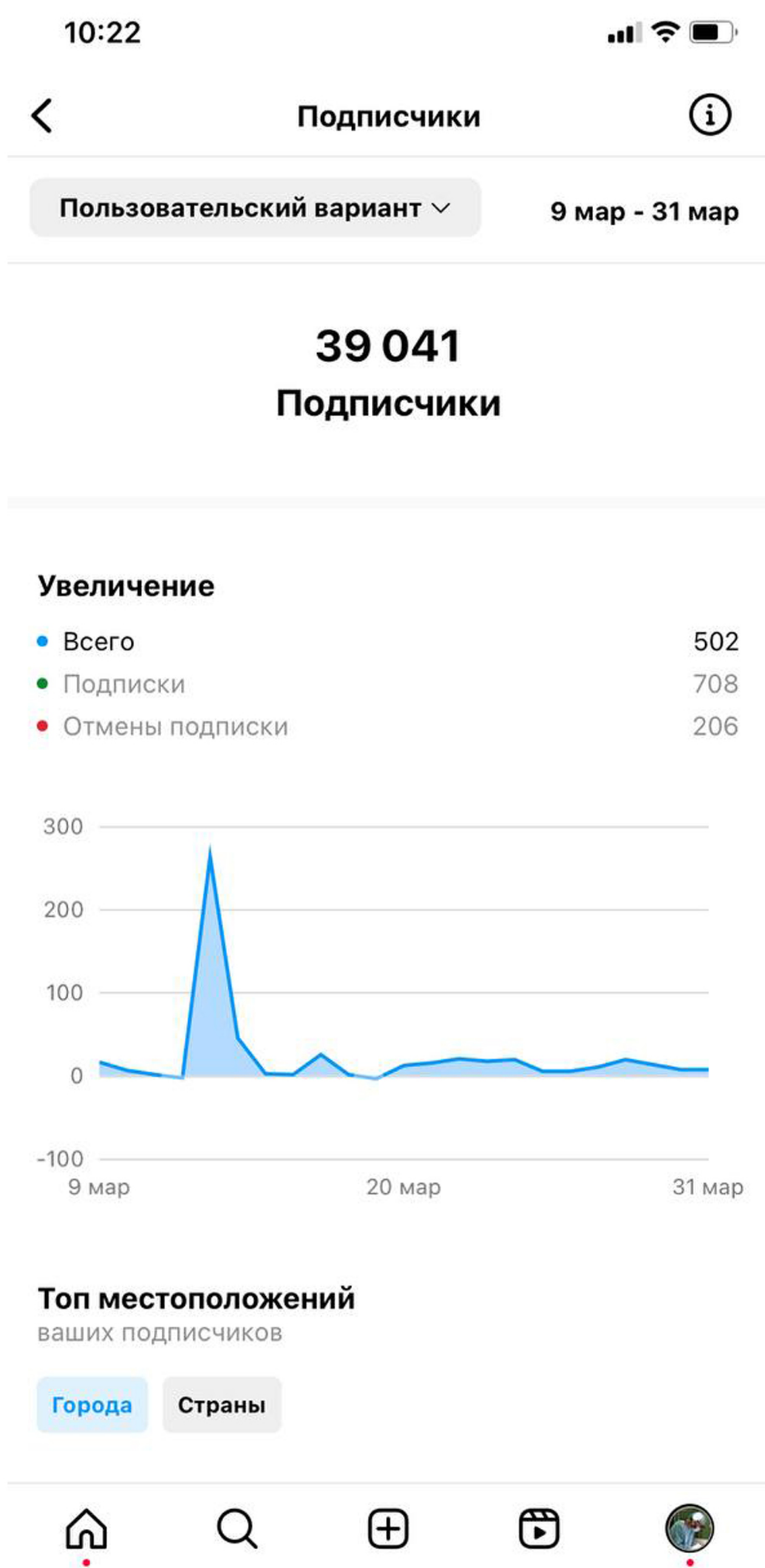






## СОТРУДНИЧЕСТВО С БЛОГЕРОМ

Также, во время нашего сотрудничества врач провел операцию на бартерной основе для детей блогерши, профиль которой насчитывает более 1 млн подписчиков, в результате чего записи на приём участились, а прирост подписчиков за счет нативной рекламы составил +502 за месяц (вместе с отписками).



**ЗА ВРЕМЯ НАШЕГО ТРЁХМЕСЯЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА АКТИВНОСТЬ АУДИТОРИИ НАХОДИЛАСЬ НА ВЫСОКОМ УРОВНЕ, ПОДПИСЧИКИ ПИСАЛИ КОММЕНТАРИИ, ОБРАЩАЛИСЬ В ДИРЕКТ ДЛЯ ЗАПИСИ.**





## ВЫВОДЫ В ЦИФРАХ:

- В аккаунте появилось около **1 000 новых подписчиков** (важно учитывать, что без рекламных вложений)
- **Аудитория активно взаимодействует с контентом** доктора, подписчики оставляют комментарии, лайки, сохраняют публикации врача
- Ежемесячно приходит около **150 обращений** и **40-55 записей на приём**

Стоит отметить, что сегодня в нельзяграм имеет смысл продвигать профиль, который существует и развивается хотя бы несколько лет, поскольку в нынешних реалиях, когда рекламный кабинет недоступен, продвижение осуществляется за счет органического прироста подписчиков, которых тяжелее будет привлечь на «нераскачанный» профиль. Поэтому, если вы создаете блог с нуля, то наша команда рекомендует обратить внимание на площадку с более широким функционалом — Вконтакте.

**ХОТИТЕ НАСТРОИТЬ ПОСТОЯННЫЙ ПОТОК ПАЦИЕНТОВ ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ?**

**ОБРАЩАЙТЕСЬ В НАШЕ МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО "РЕКЛАМАВРАЧА".**