

# Фейсбук маркетинг за успешна дентална практика

Д-р Десислава Тодорова



## Въведение

Всички лекари по дентална медицина се стремят да се развиват и да представят по-качествени услуги на своите пациенти. През последните години зъболекарите в България са поставени в конкуренция, предвид непрекъснато растящия им брой на фона на намаляващото население. Тежкото икономическо положение на голяма част от населението също оказва влияние върху зъболечението. Въпреки това едни практики преуспяват, а други не.

Какво можете да направите, за да оцелее вашата практика и дори да процъфтява?

Отговорът е, че трябва да започнете да гледате на практиката си като на бизнес, който се нуждае от стратегия и маркетинг, за да реализира повече приходи.

Денталните лекари със собствена практика всъщност са собственици на бизнес, изключително специфичен, и

за да осигурят растежна практиката, пълни графици и нови пациенти, се налага освен за клиничните си умения да вложат усилия и за подобряване на своите бизнес умения.

Тук ще се спрем на един от най-важните елементи за една бизнес стратегия – маркетинга и по-точно съвременния дигитален маркетинг.

## Съвременният дентален маркетинг

Представете си, че имате най-уникалния продукт, но никой не знае за него. В този случай виеняма да реализирате дори и една продажба. Същият принцип важи и за денталната ви практика и пациентите – ако те не знаят какъв професионалист сте, какво се различава от останалите и дори не знаят за съществуването на практиката ви, няма как да я посетят. Ето защо, за да си осигурите нови пациенти, кои-

мо да ви се доверят, се нуждаете от правилно представяне. Трябва да сте наясно, че именно маркетингът е от основно значение за вашия растеж.

Маркетингът на денталната практика има много аспекти – от рекламните табели, вътрешния маркетинг в практиката, обаянията и имейлите, препоръките от колеги и лирекламата от „уста на уста“ до уеб сайтовете и черешката на тортата в съвременния маркетинг – социалните мрежи.

Социалните мрежи - ако доскоро хората се доверяваха на препоръки от друг човек, то в 21-век, когато търсят здравни услуги те четат отзиви, ревюта, разглеждат страници, сайтове и така правят своя избор. В България фейсбук е най-развитата социална мрежа, която има над 3500000 активни потребители.

Това е една от причините фейсбук да е най-добрата платформа за дигитален маркетинг. Фейсбук маркетингът е лесен, евтин и високорезултатен начин за привличане на нови пациенти и изграждане на лоялна пациентска мрежа. Платформата предоставя най-добрите възможности за прецизно таргетиране, насочване на рекламната поддемографски признаци, пол, възраст и дори по интереси, което ѝ дава силно конкурентно предимство пред всички останали платформи за реклама.

В статията ще разясним възможностите на фейсбук маркетинга, специално за нуждите на денталните практики, ще дадем насоки за печеливша маркетингова стратегия, с която да изградите мрежа от лоялни пациенти, растежна практиката и висок професионален престиж.

С правилна маркетингова стратегия можете да си осигурите много нови пациенти, независимо от големината на практиката ви и от това дали тя е нисък, среден или висок клас. От основно значение за печеливша стратегия е правилното определяне

на „идеалния пациент“ - вашата таргетна група. Освен това е важно към какво се стремите - да привлечете голям брой пациенти с услуги на достъпни цени или да предоставяте висококачествени и скъпо струващи услуги. След като определите вашата таргетна група, цялостната ви стратегия и характерът на съдържанието, което споделяте във фейсбук, трябва да бъде насочено към спецификите на конкретната аудитория, за да привлечете именно нея.

## Фейсбук профили

Личните профили във фейсбук имат много голям потенциал за изграждане на професионален имидж и престиж, тъй като имат по-добър алгоритъм на показване в сравнение със страниците. Поведението ви в социалната платформа има значение за изграждането на цялостна представа за вас от пациентите, приятелите и колегите. Може да ползвате вашия фейсбук профил както за бизнес, така и за привличане на пациенти, но дигиталният маркетинг през личния профил, трябва да се случва деликатно и премерено. Важно е да има баланс между личните и професионалните постове, за да не превръщате профила си в скучен или натрапчив за аудиторията. Най-добре е само около 25% от постовете да бъдат професионално насочени, а останалите да бъдат от личен характер.

## Фейсбук страници

Фейсбук страницата е задължителен елемент за всеки бизнес. Тя е незаменима среда, в която можете да представите практиката си по най-добрия начин, достигайки до много потребители и да привлечете голям брой пациенти.

Печелившата стратегия за набиране на много последователи е да



представител практиката и услугите си по атрактивен начин, така че хората да желаят да ви посетят и да станат ваши пациенти. Това най-лесно може да се случи като се разграничите от останалите практики и покажете с какво сте различни, така че пациентът да избере вашата клиника, а не друга.

Диференциацията е един от най-печелившите маркетингови подходи, които цели създаване у потребителя на усещане за ценност, което не е свързано с цената. Тук е моментът да изберете вашата лична стратегия, да разберете с какво сте различни и да акцентирате именно на него - разполагате с модерна апаратура, прилагате иновативни методи на лечение, имате холистичен подход, гордеете се с отлично отношение и загриженост към пациентите, лекувате най-малките, предлагате високоестетично лечение, имате доказани специалисти в екипа, предлагате лечение на достъпни цени или пък на изплащане. Акцентирайте на вашите предимства, на това което е характерно за практиката ви и така ще я превърнете в разпознаваема и желана, с уникална идентичност, която да привлечи правилните пациенти. Гледайте на фейсбук страницата си като на визитна картичка, която ясно да представя денталната ви практика и нейната идентичност, за да привлечете именно тези пациенти, които желаете.

#### КАК ДА СЪЗДАДЕМ АТРАКТИВНА ФЕЙСБУК СТРАНИЦА?

Основно значение за успеха на една фейсбук страница е нейното съдържание. Чрез качествено съдържание, съобразено с целевата аудитория, бързо ще натрупате много последователи и ще достигнете до голям брой фейсбук потребители. Има различни формати и теми на съдържание, които правят една страница по-атрактивна, но представянето на всеки бизнес крие своите специфики и затова сега ще разгледаме онези от тях, които са подходящи конкретно за страницата на една дентална практика.

Атрактивни формати:

### 1. ВИДЕО + ТЕКСТ

Алгоритъмът на фейсбук дава на видеата голямо преимущество в показването и ги превръща в изключително ефективни популярни формат, който може да се разпространи в мрежата много бързо и масово, подобно на вирус.

Видеото е формат, с който може да представите екипа си, новите си услуги или да снемете препоръки от ваши доволни пациенти.

### 2. СНИМКА + ТЕКСТ

Този формат става „златен стандарт“ за постове във фейсбук. Качественото изображение с текст, който разказва за ползите, продължава да бъде най-предпочитаният формат. Той е лесен за създаване и познат на цялата фейсбук аудитория. Може да го ползвате, за да представите екипа си, обстановката в клиниката, модерната апаратура, участие в курсове и конференции или резултати от лечението на ваши пациенти (снимките преди и след лечението).

### 3. ЛИНК + ТЕКСТ

Линковете също са добър формат за фейсбук пост, макар и с по-малка популярност и ефективност в сравнение със снимките и видеата. Но, ако желаете страницата ви да бъде интересна и полезна, трябва да използвате и него. Така може да споделите статия, която ще е полезна за пациентите ви, да увеличите трафика към вашия блог или да споделите събитие, на което сте присъствали.

Теми на съдържанието

Независимо от форматите, които използвате за вашите постове, трябва внимателно да подберете темите, които споделяте и тяхното разнообразие. Изцяло продуктовата ориентация на страницата, не е правилната стратегия за успешен маркетинг.

Разбира се, част от постовете ви, трябва да представят услугите ви и да стимулират последователите ви да посетят практиката ви. Но трябва да продавате деликатно, да изградите идентичност и усещане за доверие. Ето някои от темите, които са подходящи за фейсбук страница на дентална практика.

### 1. ПРОДУКТОВИ ПОСТОВЕ,

#### ПРЕДСТАВЯЩИ ВАШИТЕ УСЛУГИ

За да стимулирате аудиторията, да се възползват от услугите ви, трябва да я запознаете с тях. Можете да го направите с видео, линкове към сайта ви или снимки на резултати от лечението. Снимките „преди и след“ са изключително ефективен метод за споделяне на съдържание, които наистина продава. Колкото и да разказвате, за това което предлагате, най-силният стимул за пациента, който веднага създава желание у него да ви посети, е визуализацията на резултата от лечението. Така може да представите ортодонтоско лечение, резултат от избелване, естетично възстановяване с фасети и мн. др. Визуализацията е мощен стимул за пациента, който най-лесно го подтиква към действие – да запази час при вас.

### 2. ИНФОРМАТИВНИ ТЕМИ

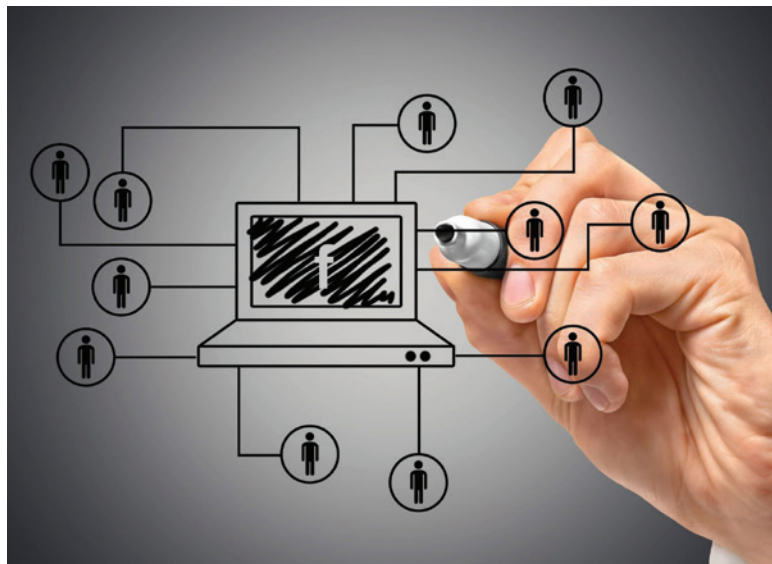
Споделяйте съдържание, което би било полезно за вашите пациенти, например съвети за правилна орална хигиена. Така ще покажете своята загриженост към тях и ще изградите доверие.

### 3. ЗАБАВНИ ТЕМИ

Постовете със забавно съдържание са много популярни сред фейсбук потребителите, но те трябва да присъстват умерено, когато представяте клиниката си, за да запазите усещането за професионализъм.

### 4. ИМИДЖОВИ ПОСТОВЕ

Те не са толкова популярни, но са важен елемент от цялостната стра-



тегия и начина, по който хората възприемат вас и практиката ви. С тях може да представите постиженията и успехите си и събития, на които сте присъствали.

## Фейсбук реклама

Платената реклама на фейсбук е върха на съвременния дигитален маркетинг. С нея фейсбук превъзхожда всички останали дигитални платформи за реклама, като предоставя възможност за най-голяма прецизност при таргетирането на желаната аудитория. Както всички знаем, фейсбук разполага с изключително много информация за всички свои потребители – място живеене, пол, възраст, семейно положение и интереси, които предоставя на своите бизнес клиенти. Това е много ценно, когато искате да използвате платформата за популяризиране на своя бизнес. Чрез настройките на платената реклама, вие може да зададете рекламата ви да бъде показвана, точно на онези хора които имат нужда от услугите ви.

Нека за момент си представим, че предлагаме храна за кучета. Кои има

по-голяма вероятност да я закупи – този, който има куче или този, който няма? Отговорът е очевиден! Възможностите на фейсбук за таргетирането на потребителите работят със същите предимства и за предоставянето на услугите на една дентална практика. Ако добре познавате платформата и нейните възможности, може да настроите рекламата си да се показва само на потенциални пациенти. Всяка стотинка ще бъде похарчена правилно, рекламата ще достигне точно до избраната от вас аудитория и ще ви осигури голям брой нови пациенти.

Фейсбук позволява таргетиране по местоположение - чрез тази настройка, рекламата ви ще се показва само на хора в избрания от вас град или район. Това е много полезна опция, с която да популяризирате дейността си именно в града, в който практикувате. Може да изберете вашата реклама да се показва само на чужденци, само на жени/мъже, на родители с деца или дори на хора с определени интереси. Това са само част от примерите, които разкриват невероятните възможности на фейсбук рекламата, които може да използвате за ефективен дентален маркетинг. Настройката на всяка конкретна рекламна кампания изисква много добро познаване на платформата, за да се постигне желаната цел на много ниска цена. При правилна настройка на рекламата, инвестицията от 10 \$ осигурява между 20 и 40 нови пациента.

## Заклучение

Много успешни бизнеси реагираха своевременно на все по-дигитализиращата се бизнес среда и се обучиха да използват и прилагат инструментите на дигиталния маркетинг, с което си осигуриха устойчив растеж

и големи печалби. Собствениците на дентални практики, които искат да се развиват и да разширят пациентската си мрежа, трябва да увеличат познанията и уменията си, относно мениджмънта и маркетинга. Днес добрите клинични умения, не са достатъчно условие за успеха на практиката. Налага се зъболекарят да е добър мениджър и да е запознат с успешните стратегии на съвременния маркетинг.

Възможностите на фейсбук за дигитален маркетинг го превърнаха в най-добрия инструмент за реклама през последните години. Фейсбук е платформа, с която лесно може да увеличите броя на вашите пациенти и да превърнете практиката си в печеливш бизнес.

За автора:



**Д-р Десислава Тодорова** е практикуващ лекар по дентална медицина, специалист по здравен мениджмънт и дигитален маркетинг. Придобива своята втора магистърска степен по Публична администрация със специализация Здравен мениджмънт в УНСС гр. София. Автор е на статии, публикувани в няколко печатни и онлайн медии и е участвала в научни изследвания и трудове, засягащи денталния сектор. Заедно със своя екип основава иновативна компания за бизнес развитие на денталните практики в България - Dental Business Management Academy.



## DENTAL BUSINESS MANAGEMENT ACADEMY

# АКАДЕМИЯ ЗА УСПЕШНИ ДЕНТАЛНИ ПРАКТИКИ

### НАШИТЕ УСЛУГИ

- ▶ Привличане на много **НОВИ ПАЦИЕНТИ** (дигитален и фейсбук маркетинг)
- ▶ Изработване на **САЙТОВЕ** за дентални практики
- ▶ **GDPR** - интеграция и цялостна документация
- ▶ **ПРАВНИ КОНСУЛТАЦИИ** и правна защита
- ▶ **ОХРАНА И СИГУРНОСТ** - СОТ, видеонаблюдение



КОНТАКТИ:



+359 899 789 117



office@dentalbmacademy.com



www.dentalbmacademy.com

д-р Десислава Тодорова  
д-р Енчо Енчев, PhD