

# КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

## МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

### ЭТАП 1. ПОДГОТОВКА.

#### 1. Брендинг

Сформировать четкий имидж бренда и определить целевую аудиторию, с которой предстоит взаимодействовать — задача с большим комплексом действий, как на нулевом этапе продвижения, так и в долгосрочной перспективе.

##### 1.1. Нэйминг

Уникальность, ассоциативность услуге, стиль, запоминаемость, адаптивность, современность, рекламопригодность, эмоциональный окрас (психолингвистика), возможность формирования товарного знака, наличие свободных созвучных доменов — ВСЕ!!! параметры должны соответствовать заданному уровню при создании имени бренда.

##### 1.2. Логотип

Функциональность, лаконичность, информативность, оригинальность и уникальность, импрессиивность, запоминаемость, соответствие статусу, универсальность использования - ВСЕ!!! параметры должны соответствовать заданному уровню при создании графического символа бренда.

##### 1.3. Фирменный стиль (айдентика)

Знак услуги (семантический, графический, пространственный, звуковой), слоган, шрифты (текстовые знаки), цвет, брендбук (свод правил использования фирменного стиля на носителях), бренд-персонаж(и).

#### 2. Средства интернет коммуникаций

##### 2.1. Сайт

Созвучный названию домен, юзабилити, проработка поведенческих алгоритмов, систематизация страниц по задачам — продающие, информационные, форумы, каталоги, прайс и т.п., адаптация для мобильных устройств, контент, в соответствии фирменному стилю и сформированный под задачи SEO, настроенная онлайн регистрация.

##### 2.2. Аккаунты и сообщества в соцсетях

Оформление в соответствии с фирменным стилем, настройка функций обратной связи, настройка автоматических коммуникаций и оповещений, настройка таргетинга, подготовка инвайтинга.

### 3. SEO

Техническая группа приступит к работе по SEO сразу — с первого дня. В рамках задачи получения ощутимых результатов к торговому всплеску перед новым годом.

#### Срок исполнения ЭТАПА 1 — 1 месяц (июнь 2018 г)

На выходе:

- название
- логотип
- фирменный стиль
- брендбук
- все материалы для рекламы во всех необходимых форматах
- полностью готовый сайт с настроенной аналитикой и онлайн регистрацией клиентов
- полностью сформированные и настроенные аккаунты и сообщества ВК FB Inst
- активные проекты контекстной рекламы, ремаркетинга и ретаргетинга
- текущий проект SEO
- готовый к запуску проект «Медцентр»
- текущие проекты по контекстной рекламе в Google.adwards и Яндекс.директ
- готовый план-бюджет рекламной кампании по выбранной услуге
- готовая краткосрочная маркетинговая стратегия
- готовый план-бюджет PR кампании
- готовый контент-план для SMM в рамках продвигаемой услуги

## ЭТАП 2. ЭКСПАНСИЯ.

Наименование	Содержание работ	Показатель эффективности	Стоимость, евро/мес	Примечание
SEO	Текущий анализ сайта Подбор медицинских запросов Настройка web-аналитики Анализ юзабилити Работа с поисковыми системами Работа с соцсетями Медицинский копирайтинг — наращивание адаптированного контента Работа с внешними источниками Постоянная техническая ревизия	Количество переходов на страницы сайта из поиска. Увеличение времени присутствия на сайте, как показатель привлечения целевой аудитории. Значительное повышение конверсии. Прогресс лидогенерации.	180000	Взаимный доступ к Google Analytics и Яндекс Метрика
Прогресс сайта	Постоянная ревизия контента и оптимизация его под SEO. Стилизация страниц в соответствии с фирменным стилем, ведение блога, оперативная редакция под рекламные акции,	Плавно растущие время и глубина посещения сайта		Все инструменты взаимодействия с клиентом (запись, отзывы, чат и др.) будут настроены на Этапе 1.
SMM	Настройка и наполнение аккаунтов и сообществ в Facebook и VK. Настройка таргетированной рекламы в сети.  Создание аккаунтов в Instagram, охват ЦА, ведение чатов от лица бренд-персонажа.  Интеграция соцсетей с рекламными акциями	Прирост целевой живой аудитории в сообществах и аккаунтах. Увеличение фидбека на соцсети. Лидогенерация из Facebook и VK	56000	Аккаунт и сообщества в Вконтакте так же будут созданы и пассивно будут заполняться через кросспостинг.  Таргетированная реклама в сетях бюджетировается отдельно. Рекомендуемый бюджет 40 000 р на сеть
Проект «МЕДЦЕНТР+»	100 отзывов на площадках TOP 10 <b>КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ И НАБЛЮДЕНИЕ КЛИНИК-КОНКУРЕНТОВ (3)</b> 3000 анонсов акций и статей в соцсетях <b>копирайтинг и публикация 10 статей/пресс-релизов на главной странице</b> анонс 24 акций <b>публикация 24 статей</b> личный менеджер <b>100 000 показов</b> <b>пациентам баннера 300x250</b> удержание ваших пациентов - ежемесячная электронная (email) или SMS-рассылка для 5000 пациентов клиники <b>детальный анализ посещаемости сайта и поведенческих факторов</b> еженедельные отчеты с графиками на e-mail по доле реальных пациентов от всех посетителей вашего сайта <b>контроль доступности и работоспособности сайта 24x7x365 с уведомлением по e-mail или SMS</b>	Формирование позитивного фона в интернет. Охват таргетированной аудитории в соцсетях Повышение репутации в профессиональных кругах — привлечение и сохранение специалистов Постоянная оценка цены пациента из контекстной рекламы — оптимизация/замещение расходов	44000	

Медицинский контекст	Сопровождение и развитие проектов контекстной рекламы в Яндекс.Директ (РСЯ) и Google AdWords (КМС) на русском и английском. Ведение My target	Увеличение охвата ЦА за счет показа по непрофильным запросам. Повышение доли качественных лидов. Снижение цены конверсии.	28000	Рекомендуемый бюджет на размещение рекламы в интернет — 150 000 р/месяц (для Москвы)
----------------------	---	---	-------	--

### Срок исполнения ЭТАПА 2 — 6 месяцев (июль-декабрь 2018 г)

На выходе:

- полноценные продающие оформленные в соответствии с фирменным стилем интернет ресурсы — сайт, аккаунты, сообщества и чаты в соцсетях.
- ощутимое сокращение расходов на контекстную рекламу (на 50-60%) за счёт SEO с сохранением динамики прироста пациентопотока
- понятная аналитика
- 100% интеграция маркетинга в экономику клиники. Четкое понимание цены клиента, показателя ROMI
- окончательное внедрение фирменного стиля, высокая степень брендинга
- прирост среднего чека и средней наценки
- прогнозируемость купонных акций

## **ЭТАП 3. СТРАТЕГИЯ.**

1. Разработка годовой стратегии с учетом сезонной специфики услуг.
2. Разработка план-бюджетов двух ближайших рекламных кампаний.
3. Сводный отчет по этапам 1 и 2. Прогноз динамики по бизнес показателям.
4. Оценка маркетингового фонда на год.
5. Подготовка PR-кампании.
6. SMM в соответствии с этапом 2.
7. Подготовка план-бюджета работ по сайту (SEO/контекстная реклама).
8. Прогноз эффективности рекламы офлайн.

Срок исполнения ЭТАПА 3 — 1 месяц (январь 2019 г)

**Период выполнения маркетингового блока и бюджет.**

Полный цикл работ рассчитан на 8 месяцев со дня поступления первого платежа.

Общая стоимость работ — 2 252 000 рублей (все скидки учтены).

Оплата — ежемесячно. Месячный платёж — 281 500 рублей

Дополнительные расходы (рекомендательно):

- контекстная реклама — 150 000 р/мес (Этап 2)
- таргетированная реклама в соцсетях — 80 000 р/мес (Этап 2)
- фото и видеосессии — по согласованию
- VIP PR —тестовый режим — 30 000 р/мес (поочерёдное использование коммерческих площадок популярных персон — блоги, чаты и т.п.)
- полиграфия и наружная реклама — по согласованию

График оплаты: 1-й платёж — оплата за 2 первых месяца работ, 2-й платёж — через месяц после начала работ за 3-й месяц работ и так далее ежемесячно.

Отчеты по работе предоставляются:

SEO —еженедельно,

Аудит контекстной рекламы — еженедельно,

SERM и PR —ежемесячно,

Прочие (TOP10, охват SMM и пр.) - по требованию в течении 3-х рабочих дней.

Бухгалтерские документы предоставляются ежемесячно.

Дальнейшая безостановочная работа по маркетингу возможна только в случае согласования плана работ не позднее, чем за две недели до окончания выполнения работ по этому блоку.

Данный блок является цельной коммерческой услугой и не делится на составные части, т.к. стоимость отдельных задач, выполняемых срочно, например, на Этапе 1, расписана на весь период.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### 1. ТЗ на разработку фирменного стиля

1.1. Прошу разработать в соответствии с предложенным неймом и спецификой услуг следующие элементы бренда:

- логотип
- фирменный шрифт
- фирменный цвет
- монохромную версию
- дискриптор

2. Прошу создать регламент использования айдентики для следующих носителей:

2.1. Наружная реклама и полиграфия

- входная группа
- ресепшен
- бейдж
- медицинский халат
- форма администратора и другого немедицинского персонала
- визитка — клиники и персональные
- фирменный бланк
- тейблстенды
- прайс
- плакат
- подарочный сертификат
- упаковка (пакет)
- сувенир (любой)

1.2. Интернет ресурсы

- хедер и футер сайта
- хедеры сообществ ВК и FB
- аватары и значки аккаунтов ВК, FB, Inst
- оформление e-mail

— фавикон и значок приложения для смартфонов

С уважением и наилучшими пожеланиями

Олег Проскоков, специалист по медицинскому маркетингу

m.MEDSTEG - медицинские маркетинговые решения

[www.M.medsteg.ru](http://www.M.medsteg.ru)

[advert@medsteg.ru](mailto:advert@medsteg.ru)

+7 499 703-2239

+7 812 309-3655

+41 43 508-0153