

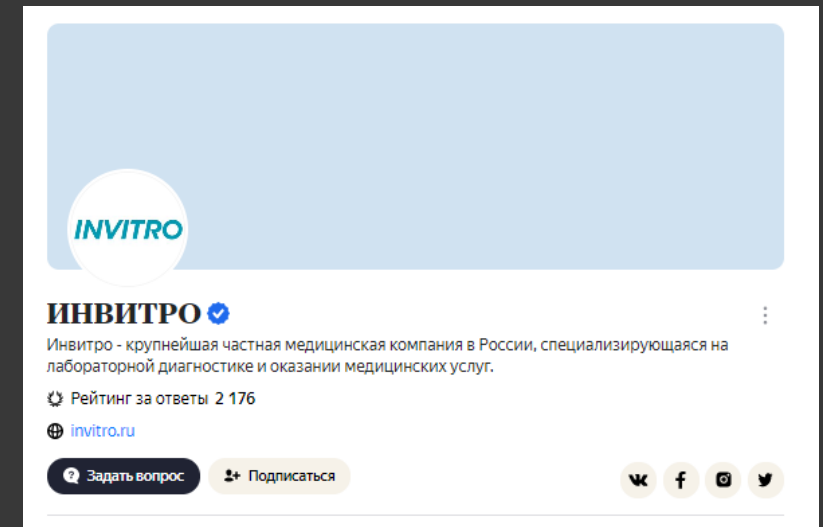
НИНА ОРЕШКИНА, «ИНВИТРО»

# **Польза и забота – лучшая коммуникация с клиентом**



# Как участвовали в проекте?

- Март 2020 – создание страницы бренда на «Яндекс.Кью»
- Привлечение от 7 до 11 специалистов (терапевты, пульмонологи, реаниматологи, кардиологи) к ответам на вопросы пользователей
- Ответов дано (март-ноябрь 2020): 230+
- Подписчиков у бренда (ноябрь 2020): 400+
- Рейтинг бренда: 2 176



# Общая ситуация на рынке на момент старта проекта

Что происходило этой весной (март/апрель/май 2020):

- Снижение потока пациентов в медицинских офисах на 60-80%, соответствующее снижение выручки
- Сокращение маркетингового бюджета более чем на 90% (остановлены все платные каналы продвижения)
- Тотальная неопределенность в стране и в отрасли
- Трафик на [www.invitro.ru](http://www.invitro.ru):
  - +45% - рост числа сеансов на сайте компании, РФ\*
  - +67% - рост числа сеансов на сайте компании, Москва\*

\* - период: март – май 2020.

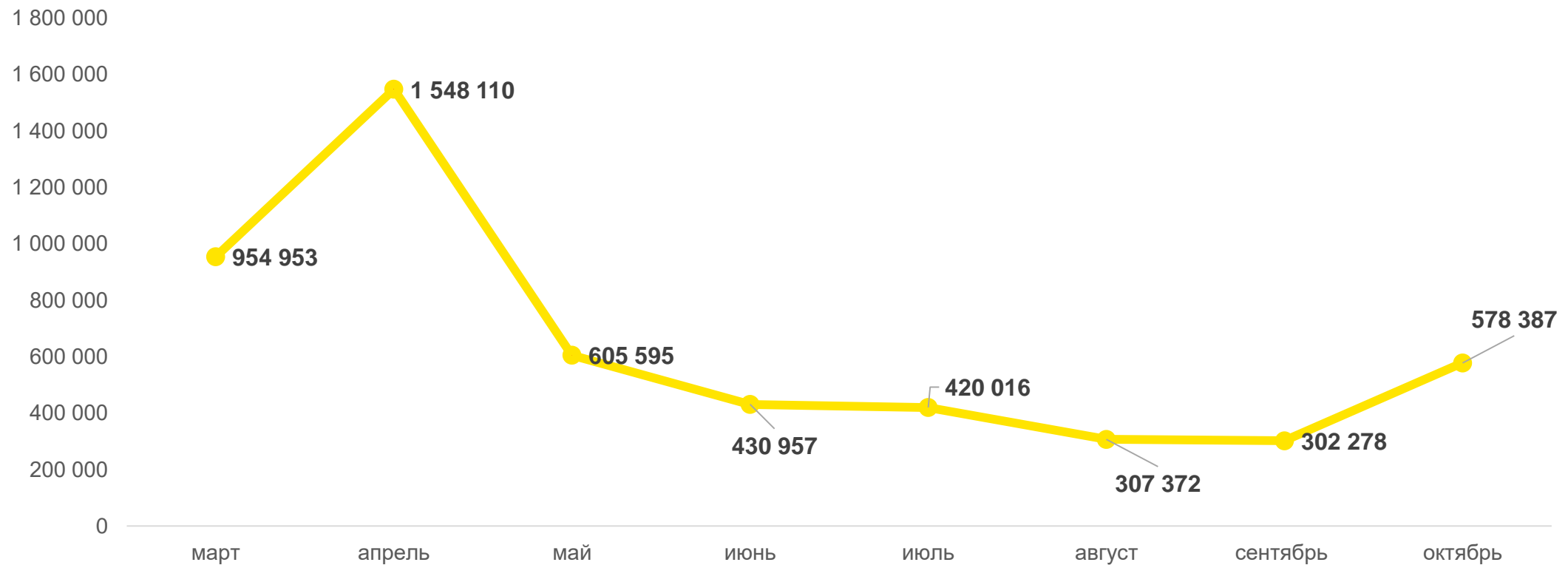
# Зачем пришли в проект? Какие задачи решали?

- **Внешние коммуникационные задачи**
  - Поддержать лавинообразно растущий массовый интерес к тематике
  - Показать высокую экспертность бренда в тематике
  - Поддержать поисковый трафик на сайт компании
  - Предоставить пользователям сервиса максимально проверенную информацию, поддержать медицинскую позицию бренда (доказательная медицина, ссылки на серьезные, российские и международные источники)
- **Мотивационные задачи для сотрудников компании**
  - Дать возможность профильным специалистам компании (врачи) приносить реальную пользу в условиях тотальной неопределенности и карантина
  - Дополнительная возможность оставаться в теме и повышать уровень своих профессиональных знаний
  - Поиск энтузиастов и активных экспертов внутри группы компаний

# Как повлияло на трафик?

- Переходов по ссылкам «Яндекс.Кью» на ресурсы бренда: 49 000 (с марта по ноябрь 2020)

Ответы от имени бренда в сервисе, охваты, чел.



# Общая оценка участия в проекте для бренда

- Эффективное решение внешних коммуникационных задач
- Существенный вклад в развитие репутации бренда как полноценной медицинской компании (не только лабораторная диагностика)
- Поддержка поискового трафика на сайт компании
- Развитие экспертных навыков ряда профильных экспертов компании (врачи, которые принимали и принимают участие в проекте)

# Спасибо!

**Нина Орешкина**

руководитель отдела по связям с  
общественностью, «Инвитро»

+7 916 541 6403

[noreshkina@invitro.ru](mailto:noreshkina@invitro.ru)

НАЗВАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

