

ЭФФЕКТИВНЫЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ САЙТ ВРАЧА-СТОМАТОЛОГА



Александр Шиманский,
соучредитель стоматологической клиники
«МедиЛайн»,
основатель digital-агентства «PRO100»,
г. Ульяновск

В журнале № 1 за 2018 г. мы рассказывали о том, как создать успешный сайт стоматологической клиники. Сегодня поговорим о персональном сайте практикующего врача...

Для чего нужен персональный сайт? Если вы работаете индивидуально, арендуя кабинет, или у вас своя небольшая клиника, или вы — уникальный узкий специалист, ситуация понятна. Но практика показала: персональный сайт — это ваша визитная карточка, даже если вы работаете по найму в команде врачей.

Вы всегда будете доступны своим пациентам, даже если переедете в другой город, уйдете в отпуск или смените место работы. Кроме того, вас будут знать как грамотного доктора, а не просто как участника команды чьей-либо клиники.

Существуют 2 типа персональных веб-площадок: сайт стоматолога-универсала, который оказывает услуги широкого профиля, и сайт узкого специалиста-стоматолога, работающего совместно с командой. Но в том и в другом случае главное лицо веб-сайта — это доктор, обладающий уникальными знаниями. Поэтому главная задача — выгодно раскрыть его преимущества.

Общие правила для обоих типов сайта

- Презентация услуг на простом и понятном обычному пользователю языке.
- Современный дизайн и юзабилити (простота и удобство использования сайта).
- Реальные фотографии, сделанные в стенах клиники.
- Подробная информация о враче: образование, сертификаты, курсы, клинические кейсы.

Большим плюсом будет информация об уникальных методиках, которыми владеет врач. А может быть, вы — представитель династии дантистов? На этом тоже можно сделать акцент, создавая персональный сайт. Вы покажете себя настоящим мастером своего дела — профессионалом, которому из поколения в поколение передавались знания о стоматологии.

Важно рассказать о своих преимуществах доступным языком, чтобы пациент понял, почему его доктор — особенный. Только после этого уместно переходить к продаже услуг...

Портфолио

Один из ключевых разделов персонального сайта доктора — его портфолио, кейсы, результаты работы (кому как нравится). Именно за счет демонстрации

конкретных клинических случаев и результатов, которых добился стоматолог в том или ином случае, и осуществляется продажа его услуг.

Причем этот раздел должен быть оформлен не просто парой фотографий «до» и «после». Успешное, продающее портфолио включает следующие моменты:

- имя и возраст пациента;
- история (подробный рассказ) о том, с какой проблемой он пришел;
- какой план лечения был составлен и как он поэтапно осуществлялся;
- что получилось в результате, как была решена проблема;
- цена работы (не думайте, что это оттолкнет пациентов, наоборот, они оценят вашу заботу, потому что сразу смогут прикинуть примерную стоимость).

Столь подробное описание лечения позволяет пользователю четко понять, с какими трудностями в клинику обращались другие люди. И возможно, он найдет схожие для себя ситуации.

Грамотная подача цены

Начать нужно с того, на чем может сэкономить стоматология «одного доктора». Как правило, в такой клинике нет старшей медсестры, заместителей главного врача и целого штата административного персонала. Соответственно, нет необходимости выплачивать им заработную плату, т.е. у клиники нет дополнительных трат.

Обо всем этом можно честно рассказать посетителю сайта, доверительно и открыто. Пациенты оценят вашу искренность. Особенно если вы правильно подведете итог всему вышесказанному: лечение в клинике «одного доктора» обойдется дешевле. А если вы еще добавите мысль о том, что круглосуточно консультировать пациента врач будет лично, а не администраторы, выбор точно будет в пользу вашей клиники.

Требования к фотографиям и текстам на сайте

Популярная ошибка стоматологических сайтов — использование фотографий из фотобанков, таких как Shutterstock, или вообще из Интернета. В них нет смысла, поскольку они не отражают индивидуальный образ вашей клиники.

Фотографии для персонального сайта обязательно должны быть реальными и живыми, проведите фотосессию сами или обратитесь к профессионалам.

Снимки на сайте очень ярко и наглядно показывают пользователю образ вашей стоматологии, в том числе ее техническую оснащенность. Ведь, как известно, большую часть информации мы получаем визуально. Именно поэтому качественные фотографии сформируют верное впечатление.

Кроме фотоматериалов на сайте, конечно же, должны быть тексты. Они оформляются по особым правилам. Для персонального сайта важнее не условные страницы, а портфолио. Соответственно



важно рассказать о различных клинических случаях максимально доступно, чтобы пациент смог узнать в них свои проблемы. Нужно сделать акцент на мастерство врача, его умения и особых знаниях, которые позволили ему мастерски справиться со всеми задачами.

Говоря о текстах про услуги, необходимо просто и понятно их описать. А вот акцент сделать на преимуществах и выгоде для пациента, которую он получит. Следует помнить, что вы продаете заботу о здоровье, и в этом случае давить на пациента недопустимо. Расскажите о стоматологических проблемах и методиках их лечения открыто и сдержано, без лишнего запугивания и заумных фраз.

Местоположение

Подробно объясните, где вы находитесь, и приложите карту или схему проезда.

Если ваша клиника заняла удобную позицию в городе, до вас легко добраться в режиме «по-быстрому», тоже не забудьте рассказать об этом на сайте!

Конкурентное преимущество

Отсутствие очередей, индивидуальный график, современный подход к коммуникации (например, общение с доктором напрямую в любом удобном мессенджере, без посредников) — все это также может стать вашей фишкой. Подумайте, чем вы отличаетесь от своих конкурентов, возможно, вы найдете еще больше преимуществ. Главное — эффектно и уверенно рассказать о них на своем персональном сайте.

Формы обратной связи

Кнопки с формами обратной связи следует расположить стратегически верно: обязательно с текстовыми логичными подводками, которые должны побуждать пользователя нажать кнопку. Оформлением кнопки и ее местоположением обычно занимается дизайнер, а подводка — это задача копирайтера.

Подведем промежуточные итоги. Типичные ошибки при создании персонального сайта:

- Переизбыток терминов: пользователь не может понять, о чем речь и, скорее всего, закроет сайт.
- Отсутствие портфолио: пациент не видит ценности вашей клиники и не понимает, в чем ее уникальность.
- Фотографии из Интернета: шаблонные улыбки, яблоки и семейные снимки не отражают имидж и оснащенность клиники.
- Нет преимуществ: точнее, у клиники они наверняка есть, а вот на сайте вы забыли о них упомянуть.

Как работать с готовым сайтом?

Справедливо будет сказать, что работа над сайтом после его создания не должна заканчиваться. Ценный ресурс, который будет постоянно приносить вам доход, требует внимания и обновления: публикуйте новые статьи и кейсы, выкладывайте фотографии, запускайте акции и рассказывайте о новостях клиники.

Можно, к примеру, выпускать статьи о домашнем уходе за зубами, рекомендации о подготовке к процедурам и о других полезных для пользователя вещах.

Не забывайте проверять актуальность цен на сайте, чтобы для пациента не было неприятных сюрпризов на приеме.

Чтобы грамотно продвигать и обновлять сайт необходимо анализировать его посещаемость с помощью специальных сервисов: сколько времени проводят на нем посетители, какие разделы более популярны и сколько заявок он приносит.

Социальные сети ведут на сайт врача

Социальные сети — это мощный инструмент по продвижению бизнеса. Обязательно заведите страницу в одной из соцсетей: «ВКонтакте», Facebook или Instagram. Можно писать посты самостоятельно, а можно более профессионально подойти к этому вопросу и нанять специалиста, который будет заниматься комплексным интернет-продвижением. Это нужно и для узнавания вашей клиники, и для создания мостика между социальными сетями и сайтом.



Фактически эти сервисы для общения будут приводить на ваш сайт и в клинику новых пациентов.

Как правильно выбрать доменное имя для персонального сайта?

Для персонального сайта выбор доменного имени очевиден — это фамилия ведущего доктора. Это необходимо для узнаваемости сайта на других ресурсах, а также для выдачи в поиске при соответствующих запросах. Если фамилия слишком сложная, выбирайте доменное имя, содержащее слова «доктор» или «док».

Нужно ли SEO-продвижение персонального сайта?

Ответ на этот вопрос прост: если не будет SEO-продвижения сайта, его просто никто не увидит. А зачем создавать интернет-ресурс, который останется незамеченным? Конечно, это нелогично, поэтому следует привлечь SEO-специалистов для работы над готовым веб-сайтом. Они помогут выйти в ТОП, вычислив популярные запросы в вашем регионе и грамотно включив их в структуру сайта.

Зачем мне сайт? Может быть, хватит одностраничника?

Многие считают, что это вполне приемлемый вариант, но они ошибаются. Обычный одностраничный сайт, или лендинг, не способен в полной мере раскрыть вас как профессионального доктора. Для продвижения авторской клиники нужен сайт, подробно рассказывающий о вашей стоматологической деятельности.

После посещения сайта у пользователя должно сложиться полное представление о вашей компетентности и способности справляться с любой проблемой.

Чтобы стать обладателем успешного персонального сайта, следует обратиться к команде профессионалов, которые разбираются в нюансах стоматологического бизнеса. Такие специалисты знают, как правильно расставить акценты, выгодно подать преимущества и найти ту изюминку, которая будет ярко отличать вас на фоне конкурентов. 