

ПОСЕВЫ: КАК ПРИВЛЕКАТЬ ПЕРВИЧНЫХ ПАЦИЕНТОВ ЧЕРЕЗ КОНТЕНТ

ПОСЕВЫ – ЭТО ФОРМАТ РЕКЛАМЫ

Он помогает привлекать первичных
пациентов через локальные сообщества
и каналы

Обычно это пост от имени площадки:
текст + изображение или видео.
Иногда – формат сторис (например, в Instagram)

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПОСЕВЫ

Давайте разберём, как использовать посевы на примере клиники «Ренидент»

РЕГУЛЯРНЫЕ ПОСЕВЫ КЛИНИКИ

- Рассказывает об уникальных преимуществах (УТП)
- Показывает кейсы и результаты
- Объясняет, чем отличается от конкурентов

ПРИ ОТКРЫТИИ НОВОЙ КЛИНИКИ

Рекомендуем запустить акцию и делать посевы с ней. Например, предложить **первым 200 записавшимся профессиональную гигиену бесплатно.**

После открытия — посевы о новой клинике с профессиональными врачами, скидками и свободной записью.

ПРИМЕР АКЦИИ 1

«Дарим профессиональную гигиену первым 100 пациентам»

ПРИМЕР АКЦИИ 2

«3000 р. на бонусный счет только до конца апреля»

ПРИМЕРЫ ПОСЕВОВ



А вы сможете разгадать послание?

В честь Дня знаний предлагаем ненадолго вернуться в школьные годы – проверить смекалку и решить небольшой ребус.

Подсказка: когда дело касается здоровья, важно вовремя заметить знаки и обратиться к специалисту.

Разгадали ребус? Тогда самое время сделать следующий шаг – записаться на консультацию в [Ренидент Колпино](#) 💕

Записаться можно по ссылке vk.cc/d16pe8

Оценили 2 человека

♡ Лайк ➡

16 ч назад



«Как жаль, что я не начал раньше», — эту фразу мы регулярно слышим от пациентов Ренидент Героев после завершения лечения

Время идёт, цены растут, а проблемы с прикусом сами не исчезают. Именно поэтому наша 19-летняя пациентка решила больше не откладывать здоровье на потом. Она обратилась к нам с жалобами на неправильное смыкание зубов



Подборка впечатляющих результатов ортодонтического
лечения в Ренидент Девяткино 🔥

Каждое «после» — это результат, который состоит из нескольких компонентов:

- грамотный план лечения
- профессионализм врача

КАК ВЫБИРАТЬ ПЛОЩАДКИ

Используйте следующие типы сообществ для размещения посевов:

ГОРОДСКИЕ НОВОСТНЫЕ ГРУППЫ

Например: «Питер Live», «Хроника Петербурга» — широкий охват городской аудитории.

КАНАЛЫ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ

Telegram- и Max-каналы ЖК рядом с клиникой — жители, живущие в шаговой доступности.

РАЙОННЫЕ СООБЩЕСТВА

Например: «Красносельский район», «Подслушано Мурино», «Парнас» — целевая локальная аудитория рядом с клиникой.

СООБЩЕСТВА ДЛЯ МАМ

Например: «Мамочки СПб» — активная аудитория, заинтересованная в здоровье семьи.

НА ЧТО ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ

Используйте следующие типы сообществ для размещения посевов:

КОНТЕНТ ПЛОЩАДКИ

- Избегайте площадок с 18+ контентом, трэш-новостями или перегрузом рекламой
- Если реклама составляет большую часть публикаций — эффективность будет низкой

ЧАСТОТА ПУБЛИКАЦИЙ

- Посты должны выходить ежедневно
- Если публикации реже 1 раза в неделю — аудитория неактивна

Охваты

- Ориентир: просмотры поста — не менее 20% от числа подписчиков

ГДЕ ИСКАТЬ ПЛОЩАДКИ И МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ

ГДЕ ИСКАТЬ ПЛОЩАДКИ

- **Telegram** и **Max** — через сервис telega.in: удобные фильтры и большой выбор каналов
- **ВКонтакте** и **Instagram** — поиск вручную + общение с администраторами

МАРКИРОВКА РЕКЛАМЫ

Важно: почти все посеы — это реклама, и по закону они должны быть промаркированы

- В **telega.in** маркировка происходит автоматически
- В **ВКонтакте** лучше поручить маркировку администраторам площадок — самостоятельно это долго и сложно