

ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПО ФОРМУЛИРОВАНИЮ УТП



УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (УТП)

— это ваш ключ к выделению на рынке. Это конкретное, доказуемое преимущество, которое отвечает на главный вопрос пациента:
«Почему я должен выбрать именно эту клинику?»

УТП – ЭТО НЕ АБСТРАКТНОЕ «КАЧЕСТВЕННОЕ ЛЕЧЕНИЕ»

Это конкретные обещания: «Гарантия 3 года на все пломбы» или «Рассрочка без банка на 24 месяца». Это то, что делает вашу клинику незаменимой для пациента.

6 ШАГОВ К ФОРМУЛИРОВАНИЮ СИЛЬНОГО УТП

01 СОБЕРИТЕ ДАННЫЕ О КЛИНИКЕ

Услуги, врачи, оборудование, цены, гарантии, сервис, режим работы

02 ПОЙМИТЕ ПАЦИЕНТА

Чего боится, что хочет, почему откладывает визит

03 ИЗУЧИТЕ КОНКУРЕНТОВ

Откройте 5–7 сайтов, прочитайте главные страницы, запишите их обещания

04 НАЙДИТЕ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

Что есть у вас, чего нет у них? Что реально важно пациенту?

05 СФОРМУЛИРУЙТЕ 3–5 ВАРИАНТОВ

По шаблону: «Мы помогаем [кому] получить [результат] благодаря [особенность] без [страх]»

06 ПРОВЕРЬТЕ УТП

Конкретно? Уникально? Понятно? Можно доказать?

→ **Используйте УТП везде:** сайт → соцсети → реклама → скрипты администраторов → карты → листовки

РАБОЧИЙ ЛИСТ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ УТП

Заполните этот шаблон, чтобы систематизировать информацию о вашей клинике и выделить ключевые преимущества.

БЛОК 1. МОЯ КЛИНИКА

Локация

Количество кресел

Оборудование (особенное)

Режим работы

Специализации

Материалы (бренды)

БЛОК 2. МОИ ВРАЧИ

Стаж

Сертификаты

Количество операций

Уникальные компетенции

БЛОК 3. МОЙ СЕРВИС

Способы записи

Рассрочка

Гарантии

Особенности для детей

МЫ РЕКОМЕНДУЕМ ОТВЕТИТЬ НА ЭТИ ВОПРОСЫ, ЧТОБЫ СФОРМУЛИРОВАТЬ СВОЕ УТП:

→ Что беспокоит наших пациентов в процессе лечения?

→ Какие услуги и процедуры мы предлагаем, которые выделяют нас среди конкурентов?

→ Что отличает наш опыт и квалификацию врачей?

→ Каковы особенности обслуживания в нашей клинике (атмосфера, доп. услуги)?

НАЙДИТЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КЛИНИКИ:

→ Как мы решаем проблемы с доступностью и гибкостью?

→ Какие гарантии мы предоставляем пациентам?

→ Что наши пациенты ценят в коммуникации с клиникой (поддержка связи, доступность объяснение процессов)?

→ Как мы подходим к ценовой политике?