

## Задачи

Перед нами стояла задача повысить количество заявок и увеличить трафик на сайт многопрофильного медицинского центра «Медпросвет» из Санкт-Петербурга.

## Этапы работ

### Редизайн

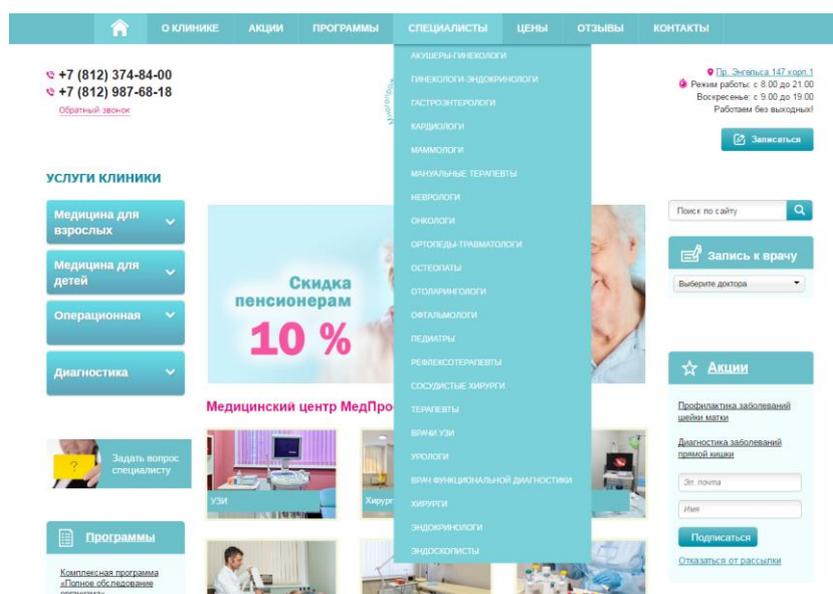
На первом этапе работы по продвижению сайта мы произвели полное изменение дизайна. Мы выбрали сине-зелёную цветовую гамму, которая вызывает у пользователя ассоциации с медициной.

Цветовое кодирование, применённое на сайте, реализовано с опорой на цвета, взятые из логотипа компании заказчика. В результате повысилось удобство использования сайта (юзабилити) и улучшилось его восприятие.

### Проработка структуры сайта

Мы значительно переработали структуру сайта. Было расширено меню, давлены новые разделы.

- Разделили врачей по специальностям
- Добавили новые услуги
- Внедрили выпадающее меню в шапке сайта



- в Внедрили форму заявки на приём к врачу

**Предварительная запись к врачу**

Ваше имя: \*

Телефон для связи: \*

Почта:

Специалист:

выбор...

Подписаться на рассылку акций и спецпредложений

**Записаться**

- в Добавили кнопку «Задать вопрос специалисту»



- в Добавили информацию по каждому врачу в разделе «Специалисты»
- в Внедрили 3D-тур по медицинскому центру
- в Добавили видеоролик на сайт.

## Медицинские программы

В разделе «Программы» информацию по текущим программам обследования мы разместили отдельными блоками. При нажатии на конкретную программу пользователь может получить подробные сведения по каждой услуге. Сюда мы поместили формы записи на приём, указали цены, которые пользователи видят сразу на той же странице.

## Акции

Мы тщательно проработали раздел «Акции», автоматизировали процесс информирования клиентов медицинского центра о новых услугах и акциях. Информация из этого блока по заранее заданному времени автоматически уходит в email-рассылку. Это позволило, с одной стороны, увеличить конверсию и повысить лояльность к самому медицинскому центру, — с другой.

## Проработка семантического ядра

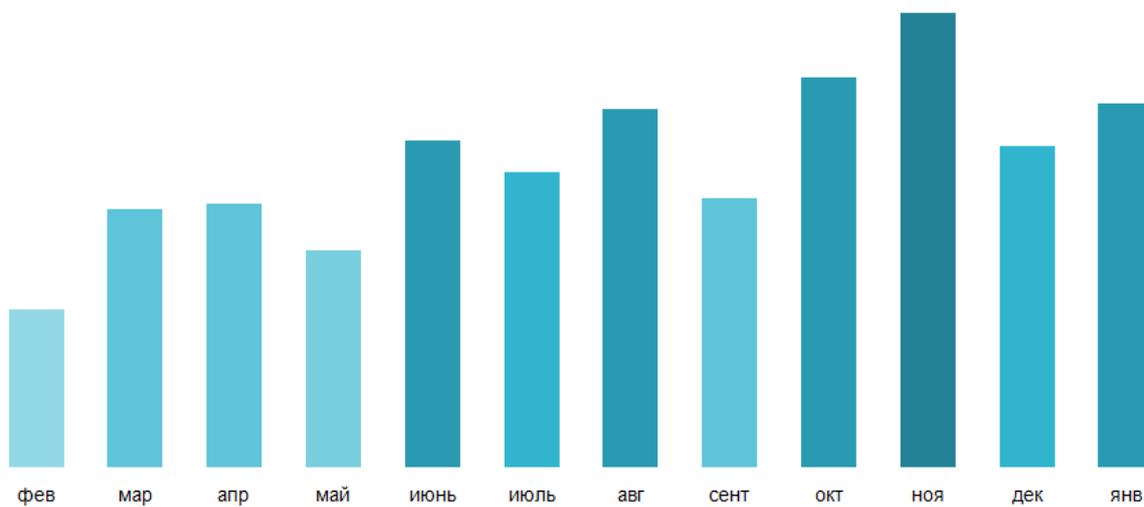
В ходе продвижения проекта мы неоднократно меняли состав ключевых слов в продвижении. Переформировав семантическое ядро, мы убрали неконверсионные обращения, тем самым сделав запросы более узкими и целевыми.



## Результат

- Количество записей на приём к врачу за год продвижения увеличилось в 2,5 раза
- Посещаемость сайта выросла на 280% за год
- За год по 83% слов в продвижении сайт вышел в Топ-10 Яндекса

### Заявки



### Посещаемость

