



TRINET
MEDICINE

РУКОВОДСТВО по созданию раздела: “СИМПТОМЫ И ЗАБОЛЕВАНИЯ”



Содержание

Этот раздел должен быть на сайте каждой клиники	4
Зачем размещать раздел "Симптомы и заболевания"?	6
700 000 посетителей из поиска в месяц	8
Информационные запросы вам необходимы	9
Лидеры понимают ценность раздела	12
Как часто пациенты интересуются симптомами изаболеваниями?	15
Как правильно создать раздел?	17
Стоимость работ	18
Получить максимум от раздела	18

Обо мне



- Медицинский маркетолог
- Стаж > 17 лет
- Врач по образованию
- Спикер на конференциях
- Руководитель TRINET.Medicine

Виктор Чистилин

Проанализировал свыше 3 000 сайтов, как российских, так и зарубежных клиник.

На основе анализа написал книгу: "Витамины для сайта. Руководство по развитию медицинских сайтов".



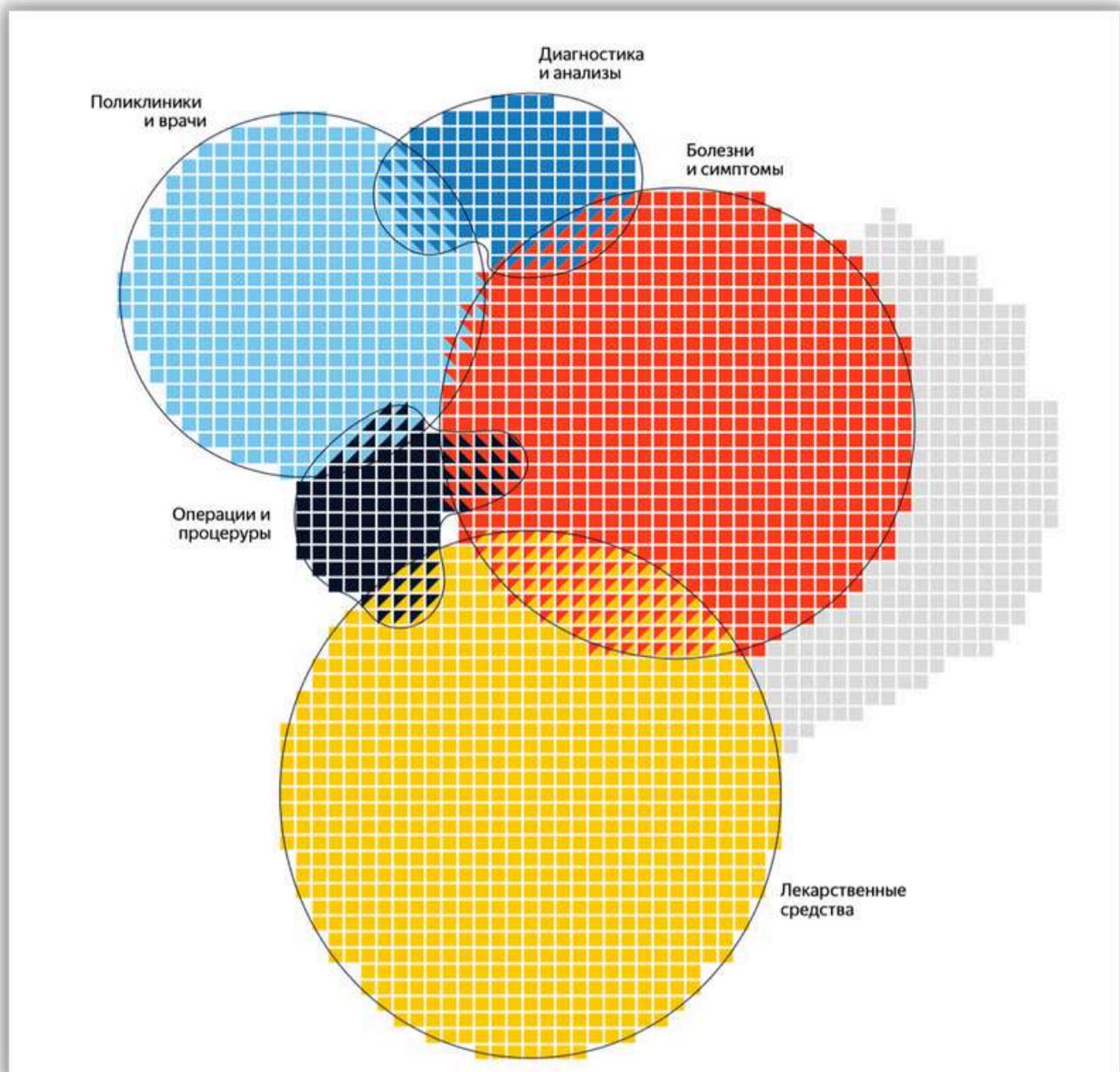
О книге [подробнее](#)



Этот раздел должен быть на сайте каждой клиники

Прежде чем обратиться к врачу, пациенты активно ищут информацию о симптомах и заболеваниях в интернете.

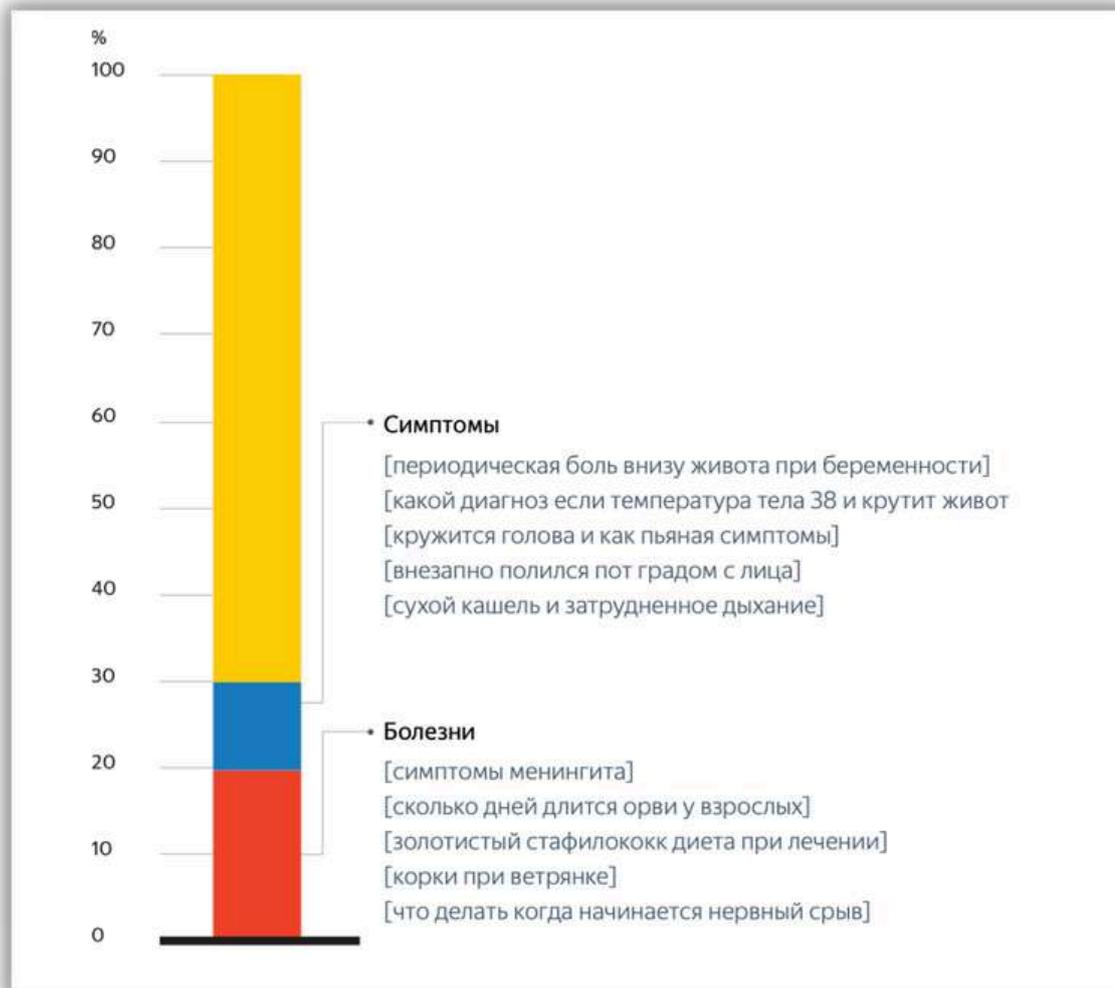
В 2016 г. Яндекс поделился данными об основных темах поисковых запросах в категории “Здоровье”.



Показаны поисковые запросы к Яндексу о здоровье за месяц. Каждый квадрат соответствует 100 тысячам запросов, цветом выделены основные темы.

Примерно 30% поисковых запросов содержат конкретные болезни, проблемы со здоровьем или описание симптомов. В первом случае пользователь уже осознает своё состояние и ищет в интернете дополнительные сведения о болезни или возможные варианты лечения. Во втором случае человек описывает свои ощущения в поисковой строке, перед или вместо посещения врача.

Доли запросов о болезнях и симптомах



В обоих случаях пользователи найдут эту информацию на сайтах тех клиник, где есть раздел “Симптомы и заболевания”, а значит у них есть все шансы стать пациентами этих клиник.

Зачем размещать на сайте раздел “Симптомы и заболевания”?

- 1 Предоставление полезной информации:**

Раздел "Симптомы и заболевания" на сайте клиники позволяет предоставить пациентам полезную и достоверную информацию о различных заболеваниях и связанных с ними симптомах. Это помогает пациентам более осознанно оценить своё состояние и принять решение о посещении врача.
- 2 Улучшение пользовательского опыта:**

Раздел "Симптомы и заболевания" улучшает пользовательский опыт на сайте клиники. Пациенты могут быстро и легко найти информацию, которую они ищут, без необходимости обращаться к разным источникам. Четкая структура раздела и понятная информация помогают пользователям легко ориентироваться и находить нужную им информацию.

3 Повышение доверия:

Наличие раздела "Симптомы и заболевания" на сайте клиники повышает доверие пациентов к медицинской организации. Клиника демонстрирует свою экспертизу, предоставляя надежную и актуальную информацию о различных заболеваниях и симптомах. Это создает впечатление о профессионализме и заботе о пациентах.

4 Привлечение трафика на сайт:

Раздел "Симптомы и заболевания" является эффективным инструментом для привлечения трафика на сайт клиники. Многие пользователи активно ищут информацию о симптомах и заболеваниях в поисковых системах. Наличие такой информации на сайте клиники позволяет привлечь таких пользователей и, впоследствии, они могут стать пациентами этой клиники.

5 Увеличение числа новых пациентов:

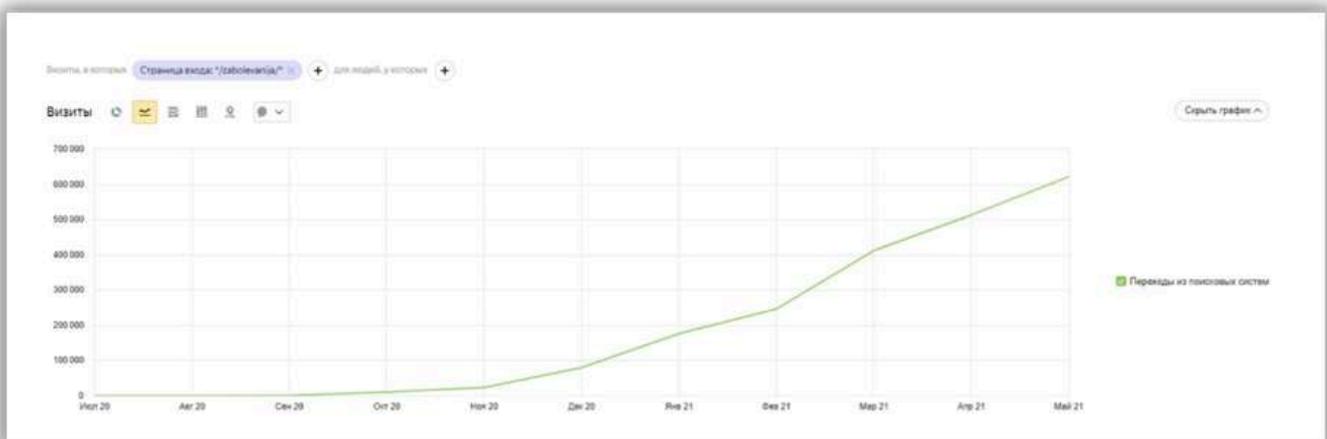
Информация о симптомах и заболеваниях на сайте клиники может привести к привлечению новых пациентов. Пользователи, которые описывают свои симптомы в поисковых запросах, могут найти сайт клиники и, получив полезную информацию, могут решить обратиться в данную клинику для

консультации и лечения. Таким образом, раздел "Симптомы и заболевания" стимулирует приток новых пациентов и способствует развитию клиники.

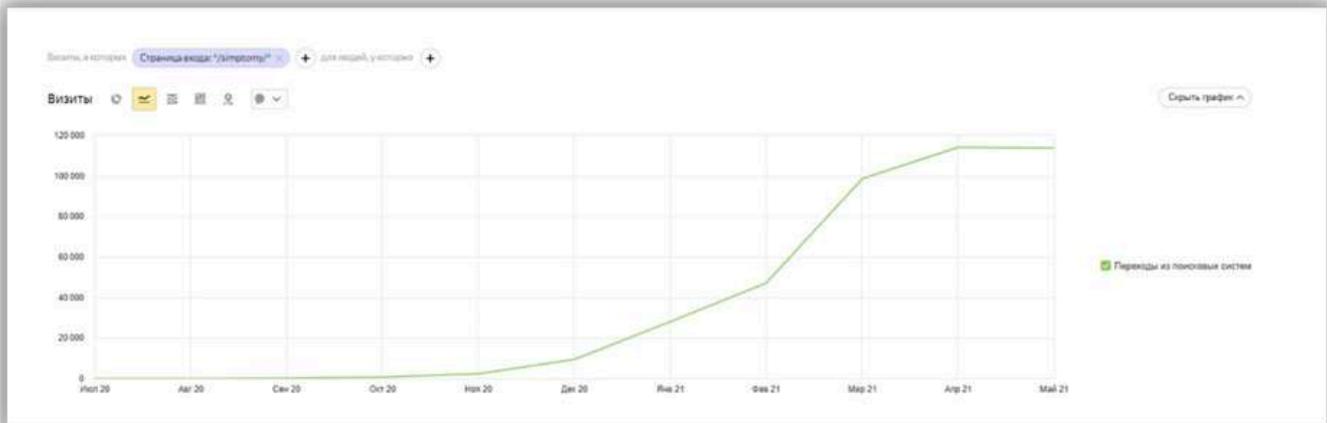
В итоге, наличие раздела "Симптомы и заболевания" на сайте клиники предоставляет целый ряд преимуществ, а именно: предоставление полезной информации, улучшение пользовательского опыта, повышение доверия, привлечение трафика на сайт и увеличение числа новых пациентов.

700 000 посетителей из поиска в мес.

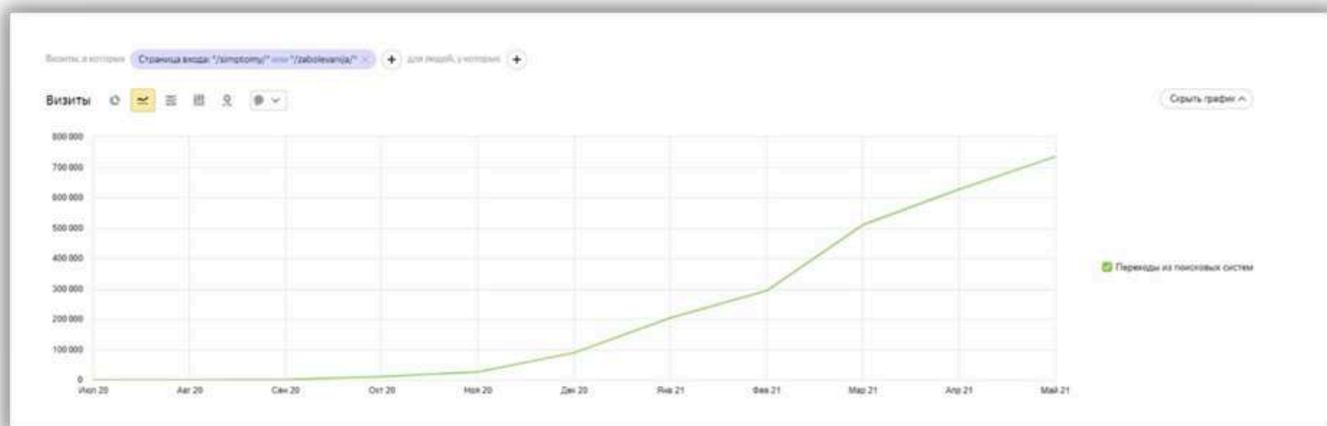
И это не предел. Именно такие цифры по трафику с поисковых систем получает одна из клиник, которую продвигает команда TRINET.MEDICINE



Трафик из поисковых систем с раздела "Заболевания"



Трафик из поисковых систем с раздела “Симптомы”



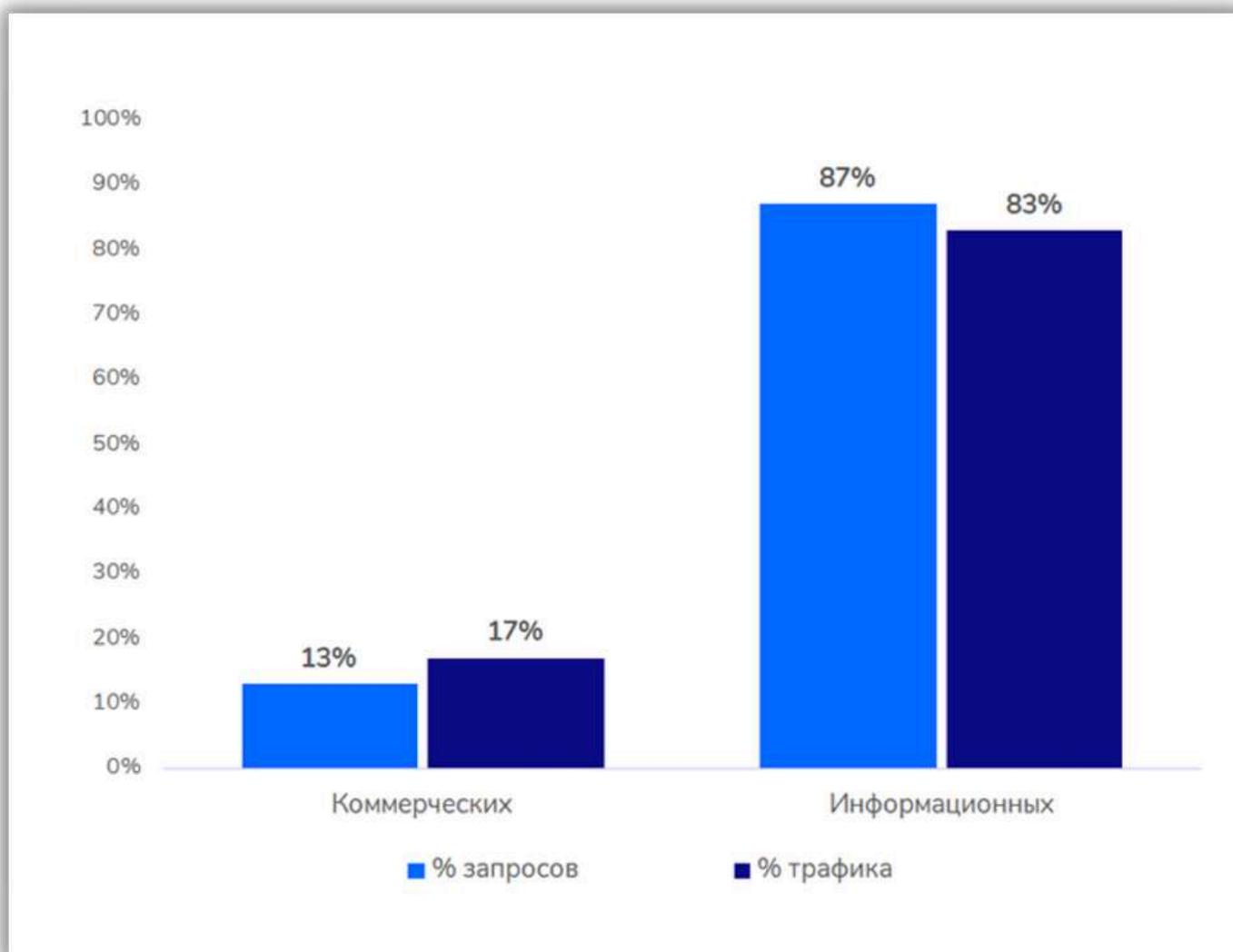
Совокупный трафик из поисковых систем с разделов “Заболевания и симптомы”

Информационные запросы вам необходимы

Если у вас сайт клиники, то включить в SEO-стратегию информационные запросы, к которым относятся запросы симптомов и заболевания, просто необходимо.

Познакомлю вас с исследованием “Ранжирование сайтов в медицинской тематике” от компании Sape. Исследование проводилось в январе 2022 г. на основе анализа сайтов из ТОП-100 клиник по Москве и России.

Какие запросы выбирать для СЯ?



Источник:

https://www.sape.ru/user_files/sape-seo-research-2022.pdf

Комментарий от компании Sape

Разумеется, коммерческие запросы потенциально более конверсионные, чем информационные — в силу той причины, что они предполагают уже сформированную потребность.

В то же время доля коммерческих запросов не превышает 13% по количеству и 17% по трафику.

Вывод прост: информационные запросы необходимо включать в СЯ.

Значимость информационных запросов:

- Не только информационные порталы продвигаются по инфозапросам. Клиники также часто привлекают трафик по ним — к примеру, размещая страницы о заболеваниях и специалистах.
- 60% коммерчески успешных сайтов активно включают информационные запросы в семантическое ядро (СЯ). В основном разбивка по ранжированию следующая: 80% инфозапросов и 20% коммерческих.
- Информационные запросы используют по 2 ключевым причинам: минимальное наличие коммерческой семантики и отсутствие

возможности (особенно в крупных городах) вытеснить из выдачи агрегаторы и сайты госуслуг.

- Продвижение по информационным запросам – рабочая модель. Это обусловлено сложившимся поведенческим паттерном: люди вначале ищут информацию о болезни и специалистах, которые ее лечат, а уже потом — клинику.
- Трафик по информационным запросам может не давать лиды сразу, но это позволяет прогревать аудиторию и повышать ее осведомленность о бренде.

Лидеры понимают ценность раздела “Симптомы и заболевания”

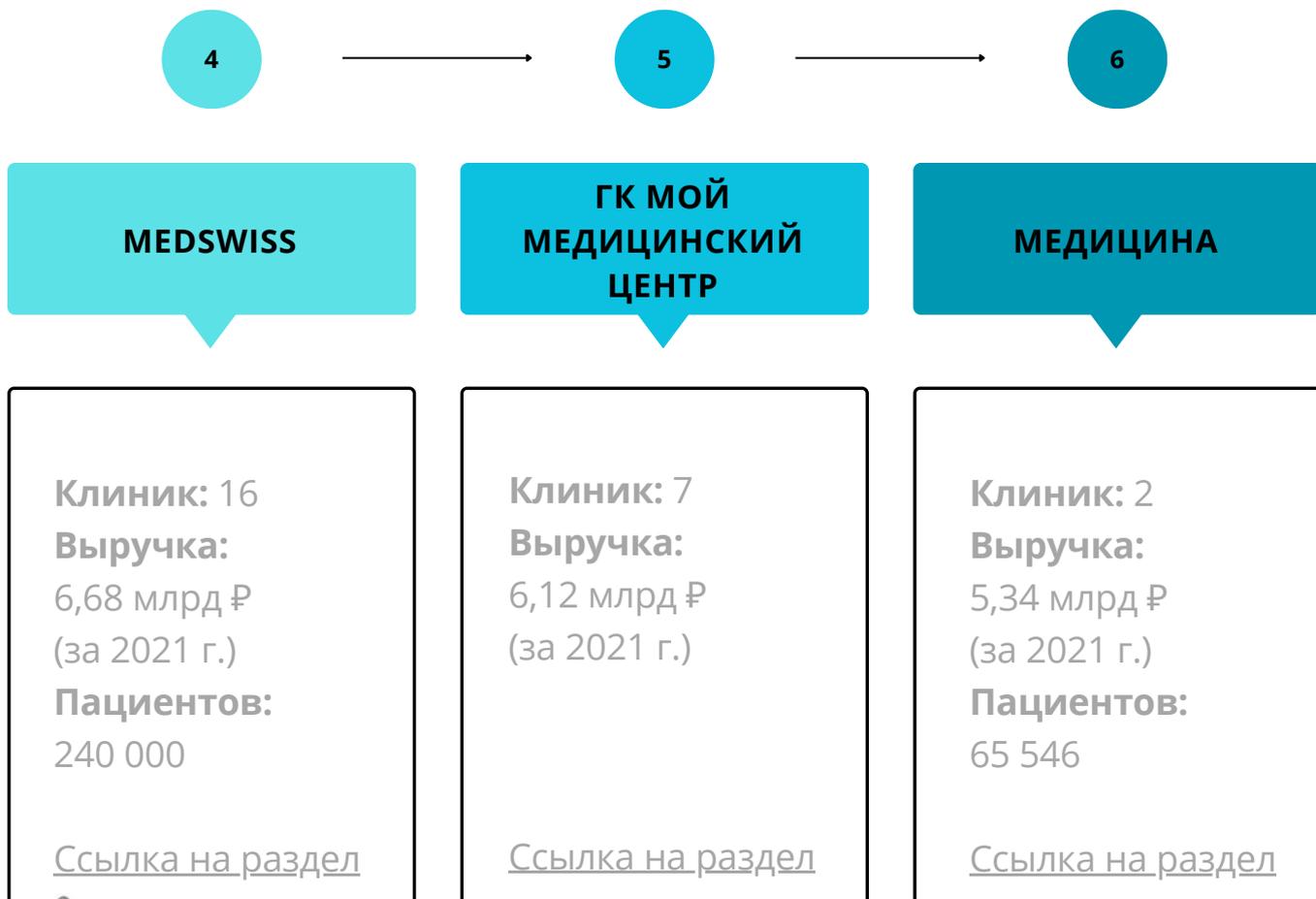
Я проанализировал ТОП-20 крупнейших медицинских компаний из рейтинга Forbes.

Результат который я получил:

12 из ТОП-20 клиник используют на сайте раздел “Симптомы и заболевания”.

4 из них пишут о симптомах и заболеваниях у себя в блоге.

Ссылка на рейтинг: <https://medadvisor.ru/articles/206>



7

СЕМЕЙНАЯ**Клиник:** 23**Выручка:**5,1 млрд ₽
(за 2021 г.)**Пациентов:**

209 614

[Ссылка на раздел](#)

8

**МЕДИЦИНСКАЯ
СЕТЬ СЕМЕЙНЫЙ
ДОКТОР****Клиник:** 16**Выручка:**4,64 млрд ₽
(за 2021 г.)**Пациентов:**

669 351

[Ссылка на раздел](#)

9

МЕДСКАН**Клиник:** 37**Выручка:**4,3 млрд ₽
(за 2021 г.)**Пациентов:**

453 603

[Ссылка на раздел](#)

10

ЕМС**Клиник:** 9**Выручка:**25,23 млрд ₽
(за 2021 г.)**Пациентов:**

114 248

[Ссылка на раздел](#)

11

**СКАНДИНАВИЯ И
СКАНДИНАВИЯ
АВА-ПЕТЕР****Клиник:** 18**Выручка:**6,86 млрд ₽
(за 2021 г.)**Пациентов:**

266 339

[Ссылка на раздел](#)

12

**МЕДИЦИНСКИЙ
ЦЕНТР XXI ВЕК****Клиник:** 19**Выручка:**3,01 млрд ₽
(за 2021 г.)**Пациентов:**

295 370

[Ссылка на раздел](#)

Как часто пациенты интересуются симптомами и заболеваниями?

Вы можете прямо сейчас узнать - сколько пользователей интересуется симптомами и заболеваниями, с которыми ваши врачи помогут справиться.

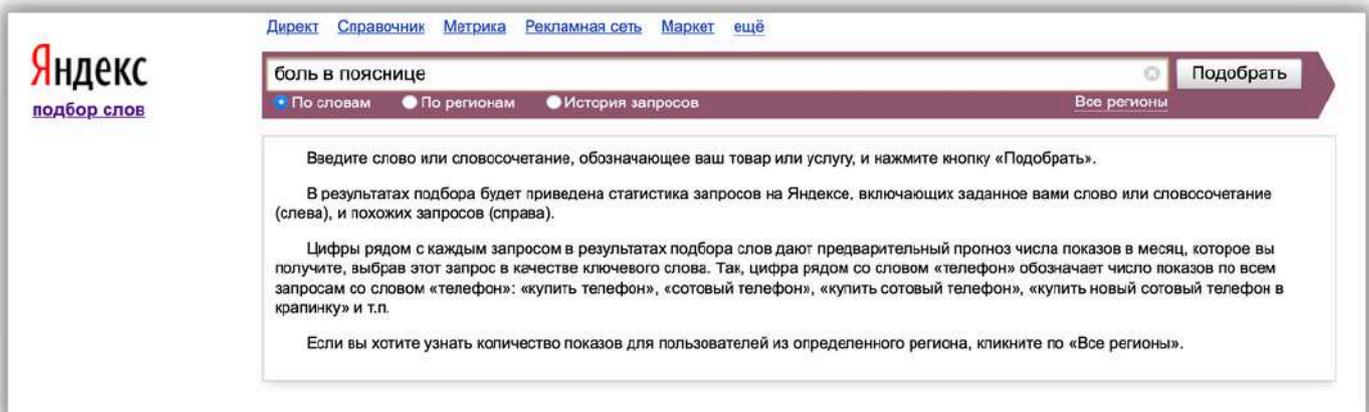
Шаг 1

Откройте сервис Подбор слов Яндекс.

Ссылка на сервис <https://wordstat.yandex.ru>

Шаг 2

В поисковую строку введите запрос, например, “боль в пояснице”



Шаг 3

Нажмите кнопку “подобрать” и ознакомьтесь с полученными данными

Что проверить?

боль в пояснице ✕ Подобрать

● По словам ● По регионам ● История запросов Все регионы

Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты Последнее обновление: 17.07.2023

Что искали со словом «боль в пояснице» — 302 174 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
боль +в пояснице	282 664
боль +в пояснице +у женщин	35 022
боль отдает +в поясницу	24 900
боли +в пояснице причины	23 688
боли низ поясницы!	21 191
какие боли +в пояснице	16 979
+от боли +в спине +и пояснице	15 966
боль +в пояснице +у мужчин	15 030
боль +в области поясницы	13 667
боль +в пояснице отдает +в ногу	12 814
сильная боль +в пояснице	11 604
боли +в пояснице после	11 430
боль +в пояснице +у женщин причины	11 412
уколы +от боли +в пояснице	10 703
боли +в пояснице +что болит	10 074
боль внизу поясницы	9 912

Запросы, похожие на «боль в пояснице»

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
люмбалгия поясничного отдела позвоночника	1 839
люмбаго поясничного отдела	1 945
уколы при люмбаго поясничного отдела позвоночника	302
люмбоишиалгия поясничного и пояснично крестцового отдела	573
люмбалгия поясничного отдела	2 557
люмбоишиалгия поясничного отдела позвоночника	884
хондроз поясничного отдела	2 266
корешковый синдром поясничного отдела	2 751
дорсалгия поясничного отдела	932
стеноз поясничного отдела позвоночника	2 854
дорсалгия поясничного отдела позвоночника	568
фасеточный синдром поясничного отдела	542
болит позвоночник в поясничном отделе	741
люмбалгия поясничного	2 916

На данном примере видно, что запрос “боль в пояснице” и связанные с ним запросы набирают более 300 000 человек в месяц. И это данные только по Яндексу. Примерно столько же человек интересуется данным запросом в поисковой системе Google.

Несложно подсчитать, что около 600 000 человек могли посетить сайт клиники, если бы на нем была подробная статья про боль в пояснице.

Как правильно создать раздел “Симптомы и заболевания”?

Что нужно сделать?

- Составить список заболеваний и симптомов в порядке приоритетности для вашей клиники: от более к менее приоритетным.
- Проанализировать каждое заболевание и каждый симптом по частотности запроса.
- Оценить потенциал трафика запросов и выставить приоритеты.
- Определить текущий контент на сайте по этим запросам. Проанализировать на предмет удаления, переработки или объединения страниц.
- Проработать универсальную структуру статьи для симптома и заболевания.
- Согласно приоритетам, написать статьи по техническим заданиям от SEO-специалиста. Составить ТЗ на основе предварительного анализа сайтов конкурентов.
- Готовые тексты разместить на сайте и оптимизировать. Для каждой статьи подготовить уникальные мета-теги: title, description и заголовки H1.
- Сделать перелинковку между статьями, а также связать их с коммерческими (продающими) страницами.

- Усилить страницы внешними ссылками из соц. сетей, форумов и других внешних площадках.

Стоимость работ

79 000 ₹ в месяц.

Получить максимум от раздела “Симптомы и заболевания”

С целью повышения доверия к созданным страницам со стороны поисковых систем, добавьте информацию, повышающую экспертность статьей:

- информацию об авторе
- экспертное мнение
- источники информации, которыми руководствовался автор при написании статьи и др.

С целью конвертации информационного трафика в лиды, добавьте блоки, которые помогут в этом:

- форма записи к врачу,
- цены на услуги,
- форма задать вопрос (получить консультацию) и др.



TRINET
MEDICINE

Предложение для вашей клиники
Получите **чек-лист** для вашего сайта!

В чек-листе по разделу "Симптомы и заболевания" вы сможете найти:

- ★ 25+ блоков, которые позволят сделать максимально информативный раздел.
- ★ Примеры реализации
- ★ Идеи по увеличению конверсии
- ★ Готовую структуру статьи "Заболевание"

Цена: 7 000 ₽



Telegram/WhatsApp
[+7 981 824 24 86](https://t.me/79818242486)





Остались вопросы?

Запишись на консультацию

+ 7 (981) 824 24 86 или chistilinmed.ru

