

# بازاریابی و تبلیغات پزشکی



با توجه به پیشرفت و نفوذ گسترده اینترنت در زندگی مردم، بازاریابی دیجیتال و تبلیغات پزشکی هم روز به روز پیچیده تر و مهم تر می شود. هر روز تعداد زیادی از پزشکان و مراکز درمانی برای جذب مریض و پر کردن مطب یا کلینیک خود تلاش می کنند. اکثر آنها از یک محیط جذاب و عالی، کادر پزشکی متخصص و اختصاصی، تجهیزات به روز و مناسب و بسیاری از گواهینامه ها و مدارکی که از همایشها، کارگاه ها و سمینارها دریافت کردند، برخوردارند. همینطور یک وب سایت زیبا و کامل دارند اما چیزی که تبلیغات پزشکی ندارند یک برنامه و استراتژی مدون و مطمئن در زمینه بازاریابی و تبلیغات آنلاین است. در این قسمت به شرح تمام نکات لازم در خصوص بازاریابی دیجیتال و تبلیغات پزشکان خواهیم پرداخت.

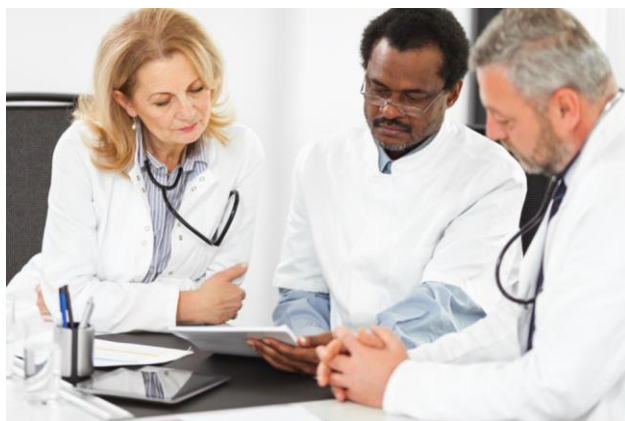
# قبل از تصمیم گیری برای برنامه ریزی و انجام بازاریابی و تبلیغات پزشکی مطب یا کلینیک خود بهتر است پاسخ چند سوال مهم را ببینید

سوال مهم اول:

## آیا تبلیغات پزشکی لازم است؟

بیشتر پزشکان می پرسند: آیا من نیاز به تبلیغ دارم؟ اگر می خواهید به صورت آنلاین با رقبای خود رقابت کنید ، پاسخ سریع بله است و اگر می خواهید به صورت آفلاین با رقبای خود رقابت کنید ، باز هم پاسخ بله است.

در دنیای امروز که جذب بیمار بسیار بسیار مهم است، تبلیغات پزشکی و بازاریابی اصولی و صحیح از رموز اصلی موفق شدن در حوزه پزشکی است. دنیای بازاریابی و تبلیغات هر روز در حال تغییر است، اگر شما در زمینه تخصصی خود، جزو پزشکان مطرح باشید، بدون تبلیغات پزشکی بیماران چطور شما را پیدا کنند؟ بیماران هر روز با هزاران پیام تبلیغاتی مواجه هستند. این حجم بالای تبلیغات و پیامهایی که مردم دریافت میکنند باعث می شود که اکثر پزشکان دیده نشوند و مخاطبین به آنها توجه و تمرکز نکنند. بنابراین داشتن یک برنامه تبلیغاتی مدون، خلاقانه و حساب شده، از الزامات حوزه پزشکی است



تبلیغات پزشکان نیاز به استفاده از روشهای دقیق و حرفه ای دارد

## سوال مهم دوم:

### چطور همکار من تبلیغات پزشکی انجام نمیدهد ولی مریض دارد؟

در پاسخ به این سوال به چند نکته باید دقت کنیم

۱. در زمانهای قدیم که تبلیغات به شکل امروزی نبود، پزشکان چکار میکردند که مریض های فراوان داشتند؟ قطعاً بدون تبلیغات پزشکی هم مریض جذب میشود ولی به مرور زمان و با یک سرعت بسیار کم. سالهای قبل به دلیل تعداد بالای بیماران و کمبود پزشکان، نیاز به تبلیغ نبود و مردم پزشکان هر شهر را میشناختند ولی امروزه هم تعداد پزشکان افزایش یافته و هم روشها و ابزارهای تبلیغاتی متنوع تر شده اند و پیدا کردن یک پزشک و متخصص کار آسانی نیست. از طرف دیگر هزینه های بالای پزشکی مانند اجاره مطب، دستگاه های خریداری شده، قسط های بانک و . . . ایجاب میکند که جذب مریض با سرعت بالاتری انجام شود. بنابراین نمی توانیم بدون تبلیغات پزشکی و برندسازی، منتظر باشیم که مریض ها پزشک را به همدیگر معرفی کنند و کم کم تعداد مریض ها افزایش پیدا کنند

۲. ممکن است یک پزشک در زمینه برندسازی پزشکی خود، بسیار خوب عمل کرده باشد و اکثر مردم آن پزشک را بی هیچ تبلیغاتی بشناسند. برندسازی حتماً با لوگو، مطب جذاب، وب سایت عالی، تبلیغات زیاد و . . . ساخته نمی شود. ممکن است پزشک بانی یک کار خیریه کشوری باشد، یا در یک برنامه تلویزیونی شرکت کند و یک صحبت جذاب و تاثیر گذار کند یا . . . که ممکن است همین کارها شروع معروف شدن یک پزشک بوده و در زمان کوتاهی، بدون نیاز به تبلیغات پزشکی مریض ها افزایش پیدا کرده باشد و برند پزشک هم به مرور زمان قوی شده باشد که این موارد جزو استثناها هستند.



ممنوعیت های تبلیغات پزشکی

## سوال مهم سوم:

### برای انجام یک تبلیغات پزشکی آنلاین، چه کاری نباید انجام دهید؟

اگر مقالات مختلف را مطالعه کرده باشید همه جا صحبت از انجام کارهایی برای داشتن تبلیغات پزشکی موفق و دریافت بهترین نتیجه است. ولی نگفته اند که چه کارهایی را نباید انجام دهیم تا موفق شویم. در اینجا چند کار که باید از آنها هزر کنیم را عنوان میکنم:

#### ۱. به تبلیغات پزشکی آنلاین به عنوان یک کار موقت نگاه نکنید

مشتریانی داشتیم که عنوان کردند "مطب تازه افتتاح شده و دنبال یک تبلیغ خوب برای معرفی مطب هستم" یا "دو ماه بعد عید هست و میخوایم یک تبلیغات خوب داشته باشیم که مریض زیاد جذب کنیم."

وقتی که مراجعه کننده ها کم هستند، تبلیغ میکنید و بیماران شما را پیدا میکنند و وقتی تبلیغات را قطع میکنید مراجعه کننده ندارید که این مساله باعث می شود که در یک سیکل معیوب بیفتید و وابسته به تبلیغات شوید. برندسازی پزشکی که در ادامه تبلیغات پزشکی ساخته می شود نیازمند یک فرآیند بازاریابی و تبلیغاتی مستمر و مداوم است. منظور من

این نیست که هزینه زیادی صرف این کار شود بلکه با انتخاب روشها و ابزارهای مناسب این کار مداوم انجام شود که منجر به نتیجه شود. در اینصورت بعد از مدتی ورودی مجموعه شما وابستگی چندانی به حجم تبلیغات شما نخواهند داشت

## ۲. اگر بودجه کمی برای تبلیغات دارید و در بازار کاملاً رقابتی هستید، بهتر است تبلیغ نکنید

وقتی بازار شما رقابتی هست و اشباع از انواع تبلیغات آنلاین و آفلاین، وارد شدن در تبلیغات جز اتلاف انرژی و پولتان نتیجه ای نخواهد داشت. در این موارد باید بسته به مورد روشهای بازاریابی خلاقانه برای جذب مریض طراحی کرد. مثلاً با بازاریابی محتوایی در اینستاگرام و جذب ۱۰۰۰ فالوور اول، پیج را به مقبولیت حداقلی رساند و بعد با یک مسابقه یا کمپین فروش کوچک، فروش ایجاد کرد. برای تبلیغات اینستاگرام لازم هست که از یک مشاور مجرب کمک بگیرید که بتوانید یک پیج اینستاگرام پزشکی قوی بسازید.

## ۳. رسانه های تبلیغاتی را خیلی سریع عوض نکنید .

یکی از مشتریان من بعد از اینکه انواع روشهای آفلاین رو امتحان کرده بود، یک وبسایت طراحی کرد و مقداری گوگل ادز و تبلیغات بنری خریداری کرده بود و بعد از آن فعالیت در اینستاگرام رو تجربه کرده بود و بعد از همه این کارها برای تبلیغات موثر درخواست مشاوره داده بود. به ایشون پیشنهاد دادم که بعد از بررسی رقبا و طراحی یک برنامه تبلیغاتی قوی در کنار تولید محتوای موثر در اینستاگرام، مدتی باید با این روش کار را ادامه دهد تا به نتیجه برسد. نتیجه این شد که بعد از ۴ سال فعالیت بی نتیجه و تعویض رسانه های تبلیغاتی مختلف، با انجام این کار به مدت ۵ ماه، نتیجه باورنکردنی دریافت کرد

## ۴. پزشکان رقیب رو فراموش نکنید

تحلیل دقیق رقبا و رصد آنها از ضروری ترین کارها برای موفقیت در تبلیغات پزشکی است. رقبا تبلیغات شما را نگاه میکنند و الگوبرداری میکنند، بنابراین شما هم باید زیرک باشید و از کارهای خوب آنها الگوبرداری کنید تا در هزینه هایتان صرفه جویی کنید. بهتر است در زمینه تخصصی خود، ۵ رقیب قوی خود را انتخاب کرده و روزانه کارهای آنها را ببینید. محتواهایی که در سایت و اینستاگرام شان قرار می دهند، تبلیغاتی که در اینستاگرام انجام



می دهند، نحوه تعامل آنها با بیمارانشان و . . . را باید رصد کنید تا در تبلیغات پزشکی خود، هزینه های سعی و خطا را کاهش دهید.

تیم اجرایی وب سایت کلینیک بازاریابی اینستاگرام، با سابقه اجرایی ۷ ساله در زمینه بازاریابی و تبلیغات پزشکی و انجام بیش از ۵۰ پروژه موفق پزشکی، به شما کمک میکند که بتوانید از طریق وب سایت و اینستاگرام، خود و خدمات خود را با اصول بازاریابی و تبلیغات موثر و به روز معرفی نموده، برند خود را ارتقا داده و جذب بیمار را انجام دهید.



سوالهای پرتکرار



**پیشنهاد ویژه مطالعه این مقاله : تبلیغات پزشکی، مثل جراحی**

**پلاستیک، ۳ نکته فوق تخصصی دارد**

## در ادامه به چند سوال پر تکرار پاسخ می‌دهیم:

### ۱. آیا هر پزشکی نیاز دارد که برای برندینگ و جذب مریض، از تبلیغات پزشکی استفاده نماید؟

همانطور که در بالا توضیح داده شد، ما در عصر انفجار اطلاعات زندگی می‌کنیم و طبق تحقیقات، هر فرد به طور میانگین روزانه در معرض ۵۰۰۰ پیام تبلیغاتی است. این تعداد محتوای بالا، توجه و تمرکز مخاطب را پایین می‌آورد و مردم همه تبلیغات پزشکی را فراموش می‌کنند. تنها راه ماندگاری در ذهن مخاطب، تداوم در انجام کار بازاریابی دیجیتال و تبلیغات پزشکی و استفاده از روشهای متمایز و خاص است. در این زمینه، تبلیغات اینستاگرام در چند سال گذشته به کمک بسیاری از پزشکان آمده و توانسته اند یک پیج اینستاگرام پزشکی قوی برای جذب بیمار بسازند که بعضی از پزشکان توانسته اند ماهیانه بیش از ۱ میلیارد تومان، فقط از اینستاگرام درآمدزایی داشته باشند

### ۲. برای تبلیغات پزشکی موثر، از تبلیغات آفلاین استفاده کنیم یا تبلیغات آنلاین؟

تبلیغات پزشکان می‌تواند به صورت آفلاین و آنلاین باشد. منظور از تبلیغات آفلاین شامل تبلیغات روزنامه ها، مجلات، بیلبورد، تبلیغات رادیویی و . . . می باشد. این مدل تبلیغات در مقایسه با تبلیغات آنلاین از سطح دسترسی کمتری برخوردار است. وقتی که یک بیلبورد محلی خریداری میکنید ، در طول ماه، چند هزار نفر از کنار آن رد می شوند و شاید چند صد نفر آن را ببینند. اگر این مورد را با یک کمپین تبلیغاتی اینستاگرام که در چند صفحه انجام میشود و میلیونها نفر آن تبلیغ را ببینند، مقایسه کنید، تقریبا حرفی برای گفتن نمی ماند. همین یک نکته برای نشان دادن برتری استفاده از بازاریابی دیجیتال و تبلیغات پزشکان در فضای آنلاین کفایت میکند. از سوی دیگر اندازه گیری میزان اثر بخشی تبلیغات آفلاین دشوار است در صورتی که در فضای آنلاین مخاطبانی که وارد سایت میشوند کاملا مشخص می شود که از طریق کدام تبلیغ آمده اند.. محدودیتهای زمانی، هزینه بسیار بالا ، بازگشت سرمایه پایین و عدم امکان تغییرات در تبلیغ آفلاین از دیگر موارد برتری تبلیغات آنلاین پزشکی است. این مقایسه در حالت کلی است. ممکن است در یک تجربه کوتاه، تبلیغات مجله ای محلی بازگشت سرمایه بهتری داشته باشد ولی در طولانی مدت و در مقیاس بزرگ تر، همیشه تبلیغات آنلاین ارجحیت دارد.

### ۳ . آیا فعالیت پزشکان در فضای آنلاین محدود به اینستاگرام است؟

خیر. قطعاً یک پیج اینستاگرام پزشکی نقش عمده‌ای در درآمدزایی پزشک خواهد داشت ولی تنها مولفه موثر نیست. ستونهای تبلیغات آنلاین شامل سئو محلی، سئو ارگانیک (کسب نتایج برتر در گوگل با روشهای ارگانیک)، تبلیغات گوگل ادز و بنری، تبلیغات اینستاگرام و فیسبوک و تبلیغات محلی می‌باشند که استفاده از یک یا چند مدل از این روشها علاوه بر بازاریابی اینستاگرام، به رشد بیشتر و موثرتر شدن تبلیغات پزشکی کمک میکند

### ۴ . برای داشتن بازاریابی و تبلیغات پزشکی موفق، اینستاگرام بیشتر کمک میکند یا وبسایت؟

پاسخ به این سوال به هدف و استراتژی خود پزشک مربوط است. ولی اگر بخواهیم به مقایسه این دو مورد بپردازیم باید بگوییم که برای فعالیت در فضای آنلاین داشتن وبسایت ضروری است چون پایه و اساس فعالیتها در اینترنت وبسایت است. ولی بسیاری از افراد در اینستاگرام حضور دارند که علاقه‌ای به دیدن وبسایت پزشکی ندارند و متناسب با سن و سال و سلیقه شون، بیشتر در اینستاگرام حضور دارند. بنابراین دیدن یک پیج اینستاگرام پزشکی برای این افراد جذابیت بیشتری دارد. با داشتن وبسایت میتوان بلاگ، ویدیو، عکس، انیمیشن و . . . تهیه کرد و در آن قرار داد و با کار روی سئو آن، مخاطبین سرچ میکنند و وارد وبسایت می‌شوند و با دیدن مقالات و ویدیوها و مطالب مختلف وارد صفحه تماس می‌شوند و ارتباط برقرار میکنند. این فرآیند بسته به نوع تخصص و سابقه فعالیت ممکن است کمی زمانبر باشد. در اینستاگرام پزشکی هم میتوان فیلمها و ویدیوهای مختلف با موضوعات متنوع تر قرارداد و با جذب فالوورهای هدفمند و سرگرم کردن آنها و نگه داشتن آنها در پیج، آنها را تبدیل به فالوور علاقه مند کرد که با ادامه این ارتباط تبدیل به خریدار می‌شوند. این فرآیند به نسبت کار وبسایت در زمان کوتاه تری اتفاق می‌افتد





**این مقاله رو بیش از هزار نفر مطالعه کردن : اینستاگرام، چرا نمی**

**توان هیچ رقیبی را برای آن متصور شد؟**



## **خدمات تیم کلینیک بازاریابی اینستاگرام برای پزشکان و مراکز درمانی**

به عنوان یک پزشک یا مدیر یک کلینیک یا بیمارستان ، همیشه باید به دنبال راه هایی برای آوردن بیماران جدید به مطب یا مجموعه درمانی خود باشید. با این حال ، حتما متوجه شدید که استراتژی های بازاریابی پزشک که قبلاً به آن اعتماد کرده اید ، مانند گذشته کارآمد نیستند و شما با رقابت شدید سایر پزشکان و مجموعه های پزشکی با بودجه بیشتر روبرو هستید

روشهای زیادی برای بازاریابی و تبلیغات پزشکان وجود دارند که میتوانید مطب یا کلینیکتان را در معرض دید مخاطبان بیشتری قرار دهید و معرفی بهتری انجام دهید. از بین روشهای مختلف، روش موثرتر با هزینه مقرون به صرفه تر، قطعاً بازاریابی دیجیتال است

بازاریابی آنلاین یا بازاریابی دیجیتال برای پزشکان شامل طیف وسیعی از روشها و ابزارها است از جمله، طراحی وبسایت پزشکی، سئو پزشکی، راه اندازی و مدیریت شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام پزشکان، لینکدین و . . . ، تبلیغات آنلاین و . . . که تمام این موارد شرح داده خواهد شد.

اگر به دنبال یک تجربه جدید و کار حرفه ای هستید، تیم ما با سابقه چندین ساله مشاوره تبلیغات و کار اجرایی با پزشکان و مجموعه های درمانی مختلف، به شما کمک میکند که بیماران بیشتری جذب کنید، اعتبار و برند خود را ساخته و ارتقا دهید و در زمینه تخصصی خود به یک رهبر تبدیل شوید

## ۱. طراحی وب سایت حرفه ای پزشکی

در گذشته روشهای تبلیغاتی مختلف مثل بیلبوردها و روزنامه ها ممکن بود باعث جذب بیماران جدید شوند ولی حتما میدانید که این روشها امروزه همانند گذشته تاثیری ندارند. با ظهور اینترنت و رسوخ آن در زندگی مردم، اکثر مخاطبین ترجیح میدهند که آنلاین باشند و برای رفع نیازهای خود در اینترنت جستجو کنند. نتیجه یک تحقیق نشان می دهد که بیش از ۷۰ درصد مردم برای جستجوی مرکز درمانی یا پزشک موردنظر خود، در اینترنت جستجو میکنند. بیماران ترجیح میدهند به جای اعتماد به تبلیغات یا مراجعه فوری به پزشک وقتی یک علامت بیماری میبینند، در اینترنت جستجو کنند. آنها برای دریافت اطلاعات از پزشک، برای جستجوی محلی نزدیکترین پزشک به خود، برای تحقیق و جستجوی علائم بیماری ها و تصمیم گیری در مورد اقدامات مناسب برای سلامتی خود در اینترنت سرچ میکنند. حتی بسیاری از مردم قبل از مراجعه به پزشک خود، به دنبال نظرات مراجعین قبلی پزشک در فضای اینترنت هستند که به پزشک اعتماد بیشتری بکنند و

داشتن یک وب سایت جامع که تمام اطلاعات مورد نیاز مراجعین را در خود داشته باشد اهمیت پیدا می کند



### **ویژگی های وب سایت های طراحی شده برای پزشکان توسط تیم کلینیک بازاریابی اینستاگرام:**

یکی از موارد بسیار مهم در طراحی سایتهای پزشکی، سرعت بارگزاری آن است. وبسایتهایی که توسط تیم ما طراحی می شوند دارای سرعت بارگزاری صفحات حدودا ۳ ثانیه هستند و اگر وبسایتی در زمان بیشتر از این مقدار بارگزاری شود، در جذب مخاطبین خوب عمل نمی کند

مورد مهم دیگر در طراحی سایت، سازگاری آن با موبایل و تبلت است. امروزه بسیاری از مردم با موبایل خود به اینترنت متصل هستند و سرچ میکنند و اگر وارد وبسایتی شوند که در موبایل به هم ریخته باشد و درست نشان داده نشود، به سرعت آن را ترک میکنند.

تحقیق دیگری نشان داده که بیش از ۹۰ درصد بازدیدکنندگان یک وب سایت، برای بار دوم مراجعه نمی کنند، بنابراین در بازدید اول، باید تاثیر مثبتی در مخاطب بگذاریم

و نکته مهم دیگر، تولید محتوای کامل وبسایت است. وبسایتهای طراحی شده توسط تیم ما، با تولید محتوای کامل برای هر پزشک، شامل تهیه مقالات و شرح خدمات کامل، ساخت صفحه درباره ما و تماس با ما و عکاسی و فیلم برداری از مطب یا کلینیک برای تکمیل بخش گالری و گرافیک سایت، تکمیل شده و نهایی می شود.

### **ویژگی های دیگر وبسایتهای طراحی شده برای پزشکان:**

- رعایت اصول و قواعد سئو
- اجرای صحیح در تمام مرورگرها
- طراحی با استفاده از سیستم مدیریت محتوای وردپرس
- ریسپانسیو بودن
- دارای صفحه سوالات متداول و فرم سوالات
- و ویژگیهای متعدد دیگر

### **۲. سئو وبسایت های پزشکی**

همانطور که قبلا عنوان شد اکثر مردم برای پیدا کردن پزشک یا مرکز درمانی مورد نیاز خود در اینترنت جستجو میکنند و بیش از ۹۰ درصد آنها تنها نتایج صفحه اول را میبینند و سه لینک اول را باز میکنند. بنابراین اینکه در سرچ مخاطبین با کلمات کلیدی مرتبط، وبسایت پزشک جزو نتایج اول باشد، مساله ای حیاتی است. واژه سئو به معنی بهبود کلمات کلیدی برای گوگل است و برای اینکه وبسایت ما در سرچ کلمات کلیدی مختلف جزو لینکهای اول باشد باید کارهای مختلفی در داخل سایت و بیرون سایت انجام داد که مخاطبین بیشتری وارد وبسایت ما شوند و به راحتی پیدا کنند. طراحی بلاگهای سئو شده، انجام کارهای فنی لازم در سایت، انجام تبلیغات هدفمند به منظور وارد کردن مخاطبین مختلف به سایت و . . . از جمله کارهای لازم برای تامین سئو وبسایت است.



تیم کلینیک بازاریابی اینستاگرام با انجام پروژه های پزشکی مختلف، به شما در انجام سئو وب سایت تان کمک می کند

### ۳ . شبکه های اجتماعی پزشکی

شبکه های اجتماعی سبک زندگی بسیاری از مردم را تغییر داده است ، ارتباط انسانها با همدیگر، پیگیری اخبار، پیدا کردن محصولات یا خدمات مورد نیازشان و . . . همه دچار تغییرات عمده شده و مردم به شبکه های اجتماعی بسیار وابسته شده اند.

آمارهای زیر اهمیت استفاده از شبکه های اجتماعی را روشن تر میکند:

۱ . از مرداد سال ۹۹ بیش از نیمی از مردم جهان از شبکه های اجتماعی استفاده میکنند که ۱۰ درصد نسبت به سال قبل رشد داشته است

۲ . کرونا باعث شده که مردم از اینترنت بیشتر استفاده کنند و هر کاربر به طور متوسط در ۹ پلتفرم حضور دارد

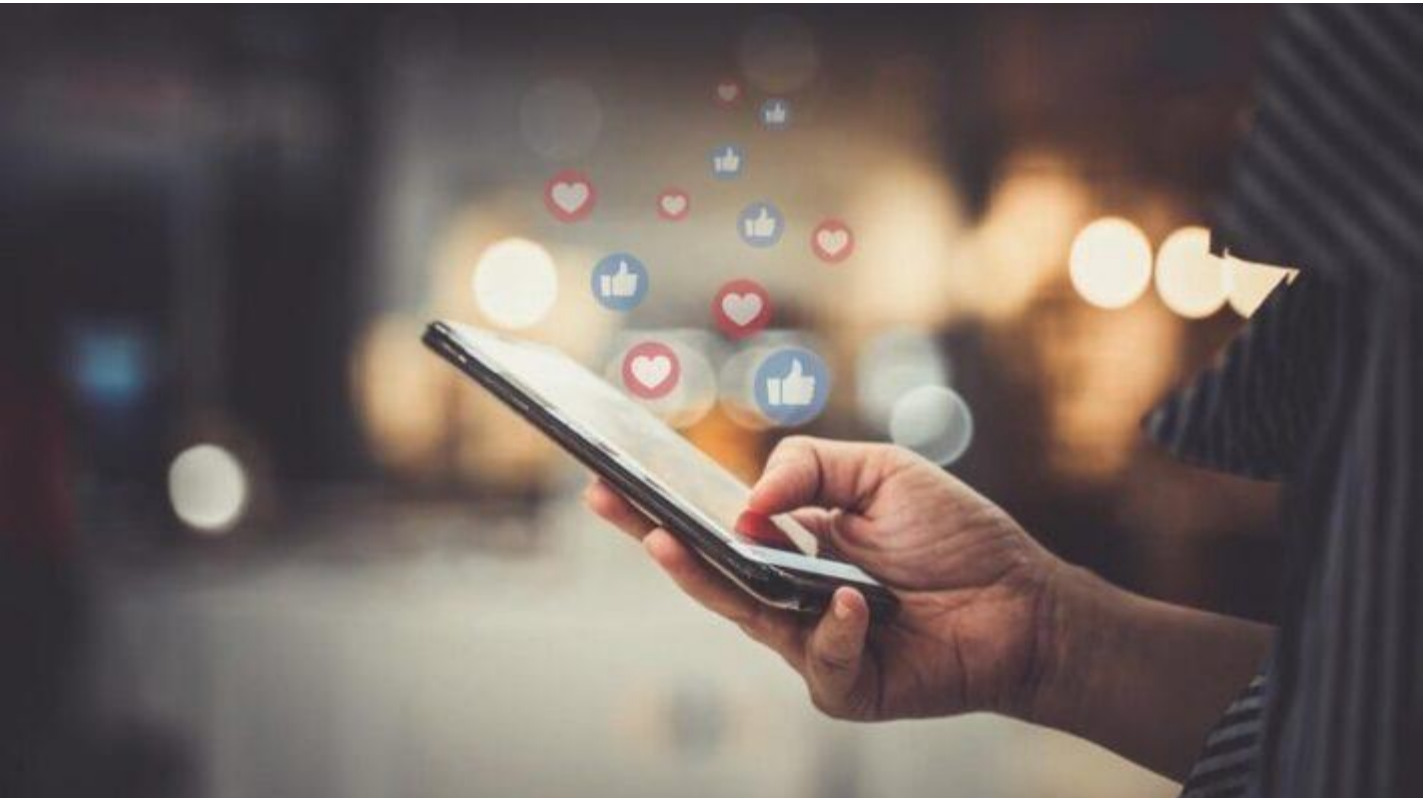
۳ . اینستاگرام اکنون ۸۵۴/۵ میلیون کاربر فعال ماهانه دارد



۴ . کاربران به طور متوسط ۲ ساعت و ۲۰ دقیقه از زمان آنلاین بودن خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند

۵ . ۳/۹۱ میلیارد نفر از کاربران شبکه‌های اجتماعی از طریق تلفن هوشمند به این پلتفرم‌ها دسترسی پیدا می‌کنند.

همه آمارهای بالا اهمیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهند که پزشکان و کلینیک‌های به روز برای موفقیت در برندسازی و تبلیغات پزشکی باید خود را با این موج شبکه‌های اجتماعی همراه کنند و حداکثر استفاده را بنمایند.



### تبلیغات اینستاگرام پزشکی

با توجه به نفوذ بالای اینستاگرام در بین کسب و کارهای پزشکی، پزشکان و مدیران کلینیک‌های پزشکی بیشتر از قبل در مورد نحوه استفاده از تبلیغات اینستاگرام صحبت

میکنند. امروزه همه آماده اند که از روشهای مختلف و به روز تبلیغات در مطب شان استفاده نمایند تا از بقیه رقبا عقب نمانند. ولی چند سوال:

- تبلیغات اینستاگرام کسب و کارهای مختلف با تبلیغات اینستاگرام پزشکی چه تفاوتی دارد؟
- آیا برای تبلیغات پزشکی در اینستاگرام می توان از همه ابزارها و روشها استفاده نمود؟
- آیا تبلیغات اینستاگرام پزشکان، به برند و وجهه آنها لطمه ای وارد نمی کند؟

در پاسخ به سوالات و نگرانیهای ذکر شده به چند نکته باید اشاره کرد:

قطعا در شرایط تجاری کنونی، تبلیغات امری ضروری و مسلم است که اگر روش مناسبی برای آن انتخاب نشود به جای سودمند بودن، می تواند ضررده باشد. در اینستاگرام محتوای مختلف با روشهای گوناگون تبلیغ می شوند که باید دید که هر تبلیغ چه فرد یا سازمانی را معرفی میکند، چه خدماتی را نشان میدهد، مخاطبین هدف آن تبلیغ چه افرادی هستند، چه اهدافی از آن تبلیغ دنبال می شود و . . . بنابراین نمیتوان از هر روش تبلیغاتی در اینستاگرام برای پزشکان الگوبرداری و استفاده کرد. نوع تبلیغات یک برند معتبر خودرو، یک بلاگر زیبایی، یک اینفلوئنسر و یک مطب با همدیگر متفاوت است و نمیتوان آنها را به جای هم بکار برد

#### **انواع تبلیغات پزشکی در اینستاگرام**

تبلیغات در پیجهای پر مخاطب، تبلیغ توسط اینفلوئنسرها، سلبریتی ها و بلاگرها، شرکت در مسابقات اینستاگرامی و . . . از انواع مختلف تبلیغات در اینستاگرام است که تبلیغ در پیجهای پر مخاطب اینستاگرام، رایج ترین مدل تبلیغ برای اینستاگرام پزشکان است. تهیه محتوای مناسب برای تبلیغ، آماده سازی پیج پزشک، انتخاب پیج مناسب برای تبلیغ از بابت میزان فالوور و تناسب فالوور ها با نوع تبلیغ، تعیین پکیج مناسب برای تبلیغ، مذاکره با ادمین پیج برای رسیدن به قیمت مناسب و . . . از موارد مهم برای اثر بخش بودن تبلیغ است.

برای دریافت نتیجه عالی از فعالیتهای بازاریابی دیجیتال و تبلیغات پزشکان، تهیه یک برنامه استراتژی ارتباطی از مهمترین عوامل موفقیت است. در بسیاری از مواقع، وقتی پزشکان در پیشبرد برنامه های تبلیغاتی خود با مشکل مواجه می شوند و فروش آنها پایین است، از تاکتیک های مختلف استفاده میکنند و روشهای تبلیغات خود را عوض میکنند که این امر یکی از عوامل اصلی جواب نگرفتن از تبلیغات پزشکی است .

## جمع بندی

تیم ما با سابقه چندین ساله کار در زمینه بازاریابی دیجیتال و تبلیغات پزشکان و کلینیکهای درمانی مختلف، میتواند به پزشکان کمک کند که شبکه های اجتماعی خود را راه اندازی نموده و با به روز رسانی مستمر و تولید محتوای هدفمند به همراه تبلیغات موثر، بتوانند در زمینه تبلیغات و برندسازی پزشکی خود موفق عمل نمایند. به عنوان مثال برای بروزرسانی اینستاگرام پزشکان، تولید محتوای هدفمند توسط تیم تخصصی و مجرب، تحلیل رقبا و بررسی مخاطبین، افزایش فالوور فعال به صورت ارگانیک، طراحی گرافیکی پستهای عکس و تدوین فیلمها و تیزرها به منظور قرار گیری در پیج و . . . از خدمات مجموعه ما می باشد

همینطور آموزش به پزشکان و مسئولین مراکز درمانی به منظور مسلط شدن بر شبکه های اجتماعی و انجام بازاریابی اینستاگرام توسط خودشان، از دیگر خدمات ما می باشد .