

# Бренд-платформа- “Династия-С”

## СУТЬ БРЕНДА

Оказание населению максимально широкого спектра стоматологических услуг.

## МИССИЯ БРЕНДА

Современное лечение зубов без страха и боли. Сделать клиента здоровым и счастливым за счет современного лечения зубов без боли и страха.

ИЛИ

Современное лечение зубов без страха и боли. Донести до наших сограждан принцип: «профилактика лучше и дешевле чем лечение».

## ЦЕННОСТИ БРЕНДА

- > Качество и надежность предоставляемых услуг
- > Постоянное искреннее желание помочь каждому пациенту
- > Информирование пациента о характере, диагностике и лечении заболеваний, содействие пациентам в их стремлении быть участниками в принятии решений, затрагивающих их здоровье и благополучие
- > Уважительное отношению к клиенту
- > Опытные врачи-специалисты, ежемесячно повышающие свою квалификацию
- > Высокотехнологическое оборудование
- > Лечение без боли
- > Гарантия результата
- > Куратор по лечению, прямой диалог с врачом
- > Превышение ожиданий пациентов и их семей

## КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА БРЕНДА

Стоматология, стоматологический центр, здоровье, зубы, здоровые зубы, сохранение здоровых зубов, лечение, лечение зубов, лечение зубов без

боли, результат, гарантия результата, клиент, довольный клиент, счастливый клиент, качество, качественное оказание услуг, надежность, помощь, срочная помощь, долговечность, комфорт, красота, реставрация, семья, здоровая семья.

## РАСКРЫТИЕ СОДЕРЖАНИЯ ПРОЕКТА

<p>Чем конкретно вы занимаетесь?</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Диагностируем у людей проблемы, связанные с зубными заболеваниями.</li><li>• Предоставляем услуги, которые направлены на улучшение и сохранение здоровья зубов и полости рта.</li><li>• Лечение зубных болей у взрослых и детей. Избавление от неприятных ощущений и дискомфорта в полости рта.</li><li>• Делаем улыбку красивой.</li><li>• Работа с тяжелыми стоматологическими случаями.</li><li>• Реабилитация и контроль здоровья клиента.</li></ul>
<p>Какие направления охватывает ваш бизнес?</p>	<p><b>1. Лечение зубов:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Лечение кариеса</li><li>• Лечение каналов</li><li>• Реставрация зубов</li><li>• Лечение под микроскопом</li></ul> <p><b>2. Имплантация и хирургия:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Зубные имплантаты</li><li>• Синус-лифтинг</li><li>• Костная регенерация</li><li>• Удаление зубов</li><li>• Пластика уздечек и десны</li></ul> <p><b>3. Протезирование зубов:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Зубные протезы</li><li>• Коронки</li><li>• Виниры</li><li>• Вкладки</li></ul>

#### **4. Исправление прикуса:**

- Брекет-системы
- Элайнеры (капы)
- Пластинки
- Двухчелюстные аппараты
- Трейнеры

#### **5. Профилактика заболелание полости рта:**

- Лечение десен
- Профессиональная гигиена полости рта
- Снятие зубного налета
- Реминерализация и глубокое фторирование

#### **6. Отбеливание зубов:**

- Домашнее отбеливание зубов
- Отбеливание зубов системой Zoom 4 от Philips

#### **7. Детская стоматология:**

- Лечение кариеса детям
- Воспаление десен и стоматит у детей
- Исправление прикуса детям
- Укрепление эмали и герметизация фиссур

#### **8. Рентгенодиагностика**

#### **9. Лечение нейромышечной дисфункции ВНЧС**

#### **10. Эстетическая стоматология:**

- Голливудская улыбка
- Установка виниров

<p>Какие выгоды вы принесете своим клиентам?</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Избавление от мучающей зубной боли и дискомфорта.</li> <li>2. Красивая улыбка, за счет того опыта, который</li> <li>3. Сохранность зубов и здоровья в целом.</li> <li>4. Улучшение психического состояния здоровья.</li> <li>5. Крепкий сон всех членов семьи.</li> <li>6. Увеличение работоспособности.</li> </ol>
--	---

## ПОРТРЕТ СОБСТВЕННИКА ПРОДУКТОВ

Генеральный Директор – .....

1	<p>Укажите возраст, семейный статус (если это может повлиять на отношение целевой аудитории), хобби и увлечения.</p>	<p>35 лет, женат. Сын 8 лет. Человек, который доводит дела до конца. Хобби – спорт, саморазвитие.</p>
2	<p>Расскажите о своем образовании (особенно, если оно перекликается с планируемой нишей интернет-бизнеса), возможно, вы проходили тренинги и курсы, имеете награды и сертификаты.</p>	<p>Высшее юридическое образование. Выпускник губернаторской программы подготовки управленческих кадров.</p>
3	<p>Кого бы вы могли назвать своими учителями?</p>	
4	<p>Есть ли у вас другие бизнесы и проекты?</p>	
5	<p>Расскажите о своих самых больших достижениях.</p>	
6	<p>Принимаете ли вы участие (онлайн или офлайн) в значимых профессиональных событиях в качестве приглашенных экспертов и спикеров?</p>	
7	<p>Как появилась идея? Что привело вас в этот бизнес?</p>	<p>В 1978 году стоматологией начали заниматься родители, которые за годы работы, вылечили более 30 000 людей.  После начали передавать весь накопленный опыт нынешнему поколению. Стоматологический центр был с 1999 в Гуково до</p>

		2012 года.  Открытие «Династия-С» в 2013 году в Ростове-на-Дону, на ул. Малиновского 68/1.
8	Используете ли вы уникальные материалы (авторские методики, не известные ранее техники)?	
9	В чем особенность вашего подхода/продукта?	
10	Какие категории клиентов работают с вами, есть ли среди них известные люди?	1 категория – любой обычный человек. 2 категория – люди с доходом от 150 000 руб./мес.
11	Какие существуют публикации о компании или от ее имени (экспертные комментарии, интервью, авторские колонки, статьи, посты в социальных сетях)?	

## ПРОРАБОТКА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

	Вопрос	I Сегмент	II Сегмент
1	Определите пол, возраст и деятельность сегмента.	В основном 22-34 года; мужчины/женщины; деятельность не имеет значения.	38 – 60 лет; мужчины/женщины; Деятельность: руководитель среднего и высшего звена, предприниматель, государственные служащие.
2	В какой стране/городе он проживает?	Россия, Ростов-на-Дону, преимущественно Западный район.	Россия, преимущественно Ростов-на-Дону и область.
3	Где он очень часто проводит время?	Детские сады, репетиторы, кафе, концерты, кино.	По большей части на работе, либо в делах.
4	Каковы главные ценности этих людей?	Деньги, семья, здоровье.	Деньги, семья, здоровье, дети.
5	Решение каких проблем более всего актуально для него на данный момент?	Проблемы здоровья, а конкретнее зубной боли. Финансовые проблемы.	Проблемы здоровья, а конкретнее зубной боли. Также можно отнести – улучшение внешнего вида и психологического состояния.
6	Каковы причины этих проблем?	Ощущение боли, дискомфорт. Ухудшение состояния здоровья. Недовольство своим внешним видом.	Ощущение боли, дискомфорт. Ухудшение состояния здоровья. Недовольство своим внешним видом.

7	Что мешает ему решить свои проблемы? (Какие барьеры стоят на пути к решению?)	Финансовые возможности, недостаток времени. Страх процедуры.	Недостаток времени. Страх процедуры. Мнение близкого человека, который уже прошел через это.
8	Главные желания сегмента.	Гарантия результата. Соотношение цены и качества. Безболезненность.	Качественный сервис. Быстрое оказание услуг и решение проблем. Как можно скорее ощутить эффект. Безболезненность.
9	Какие решения он пробовал раньше, и почему они ему не помогли?	Самолечение, лечение в домашних условиях. Бесплатная клиника. Лечение в более дешевой стоматологической клинике.	Думал, что все пройдет. Лечение в различных клиниках, которое не принесло результата.
10	Как он представляет себе идеальное решение своей проблемы?	Появятся деньги и стоматология, которая сможет решить его проблему. Желательно в кредит или рассрочку.	Решить проблему как можно скорее, желательно в одном месте. Получить качественную консультацию до и после процедур.
11	Чего он больше всего боится? (Главные страхи).	Что будет стоить дороже (не хватит денег). Недостижение желаемого результата. Недовольство собственным видом. Боль.	Недостижение желаемого результата. Растянется на неопределенный срок. Боль.
12	Что его больше всего радует?	Здоровая семья. Хорошее финансовое положение дел. Активный образ жизни.	Здоровая семья. Хорошее финансовое положение дел. Активный образ жизни.
13	О чем он думает большую часть времени?	О зубной боли, проблем со здоровьем. Как выделить время/деньги и решиться на поход в стоматологический центр.	О зубной боли, проблем со здоровьем. Как раз и навсегда решить проблему с зубами.
14	Кто его кумиры?	Путин В.В., Виктор Цой, Сергей Бодров.	Стив Джобс, Билл Гейтс.
15	Как изменится его жизнь после решения его проблемы?	В лучшую сторону. Человек будет себя лучше чувствовать физически и эмоционально.	В лучшую сторону. Человек будет себя лучше чувствовать физически и эмоционально.
16	Как он узнал о вас?	Наружная реклама. Личные рекомендации или «Сарафанное радио». Социальные сети (VK, Instagram, Facebook), Яндекс.Директ/Google.Adwords, поисковая выдача, сайты-отзывики.	Наружная реклама. Личные рекомендации или «Сарафанное радио». Социальные сети (VK, Instagram, Facebook), Яндекс.Директ/Google.Adwords, поисковая выдача, сайты-отзывики.

17	Какие надежды он связывает с вашим предложением?	Качественная реализация его потребностей.	Качественная реализация его потребностей. Индивидуальный подход.
18	В чем он продолжает сомневаться?	В собственных эмоциональных и финансовых силах.	Когда начать лечение. В профессионализме сотрудников стоматологического центра.
19	Что он думает о цене?	Возможно дорого, но постарается найти. К тому же есть рассрочка.	Приемлемо.
20	Чего ему не хватает для полного счастья?	Счастливой и здоровой семьи. Денег. Уверенности в себе.	Счастливой и здоровой семьи. Ещё больше денег. Признания.
21	Что ему нравится в ваших конкурентах?	Отзывы/сертификаты, расположение центра, качество и цена оказываемых услуг.	Отзывы/сертификаты, расположение центра, качество и цена оказываемых услуг.
22	Что ему не нравится в ваших конкурентах?	Сайт, спектр услуг, профессионализм, цена, расположение.	Сайт, спектр услуг, профессионализм, цена, расположение.

	Вопрос	III Сегмент	IV Сегмент
1	Определите пол, возраст и деятельность сегмента.	Скорее женщины(но мужчины возможно); возраст от 25 и до 45 лет; домохозяйки, работники по найму, матери-одиночки.	80% мужчины и 20% женщины; возраст от 25 до 35 лет; предприниматели, «папины сынки», «мажоры».
2	В какой стране/городе он проживает?	Россия, Ростов-на-Дону, преимущественно в Западном районе	Россия, Ростов-на-Дону, преимущественно в Западном районе
3	Где он очень часто проводит время?	Дома или на работе, детские сады, школы, студии танцев, спортивные школы	Дома, работа, бары, клубы, рестораны, зарубеж, аэропорты
4	Каковы главные ценности этих людей?	Семья, дети, любовь, домашний очаг, здоровье, спокойствие, счастье	Деньги, семья, уважение, карьера, признание, почет, роскошь
5	Решение каких проблем более всего актуально для него на данный момент?	Финансовые проблемы, семейные проблемы, проблемы со своим здоровьем и здоровьем детей	Улучшить здоровье и внешний вид. Хочет быть счастливым, иметь больше времени и денег, завести семью. Вести активный образ жизни.
6	Каковы причины этих проблем?	Жизненные ситуации, нехватка времени и денег. Заболел ребенок от 1 до 12 лет.	Ухудшение здоровья. Нехватка времени.

7	Что мешает ему решить свои проблемы? (Какие барьеры стоят на пути к решению?)	Финансовые возможности. Проблемы на работе и в семье. Страх процедуры. Нет времени.	Нет времени. Страх процедуры. Самоуверенность, думает, что проблема решится сама.
8	Главные желания сегмента.	Гарантия результата. Соотношение цены и качества. Безболезненность. Здоровье и счастье ребенка.	Качественный сервис. Быстрое оказание услуг и решение проблем. Как можно скорее ощутить эффект. Безболезненность.
9	Какие решения он пробовал раньше, и почему они ему не помогли?	Самолечение, лечение в домашних условиях. Бесплатная клиника. Лечение в более дешевой стоматологической клинике.	Бездействие, что все пройдет. Лечение в различных клиниках, которое не принесло результата.
10	Как он представляет себе идеальное решение своей проблемы?	Быстрое и недорогое решение проблемы. Желательно, чтобы был кредит или рассрочка. Безболезненность.	Решить проблему как можно скорее, желательно в одном месте. Получить качественную консультацию до и после процедур. Результат должен соответствовать его ожиданиям, а лучше и превышать их. Окружающие заметят изменения.
11	Чего он больше всего боится? (Главные страхи).	Что будет стоить дороже (не хватит денег). Недостижение желаемого результата. Недовольство собственным видом. Зубная и головная боль. Проблема станет ещё более серьезной.	Недостижение желаемого результата. Растянется на неопределенный срок. Плохой сервис. Ощущение боли после процедур.
12	Что его больше всего радует?	Здоровая и счастливая семья. Хорошее финансовое положение дел. Успехи детей в обучении.	Здоровая семья. Хорошее финансовое положение дел. Активный образ жизни. Признание/власть.
13	О чем он думает большую часть времени?	О зубной боли, проблем со здоровьем. Как сделать так, чтобы ребенок перестал болеть и плакать.	О зубной боли, проблем со здоровьем. Как раз и навсегда решить проблему с зубами.
14	Кто его кумиры?		Аяз Шабутдинов, Петр Осипов, Игорь Рыбаков, Илон Маск
15	Как изменится его жизнь после решения его проблемы?	В лучшую сторону. Человек будет себя лучше чувствовать физически и эмоционально. Радость и спокойствие за ребенка.	В лучшую сторону. Человек будет себя лучше чувствовать физически и эмоционально. Увеличится харизма.
16	Как он узнал о вас?	Наружная реклама. Личные рекомендации или «Сарафанное радио». Социальные сети (VK,	Наружная реклама. Личные рекомендации или «Сарафанное радио». Социальные сети (VK,



		Instagram, Facebook), Яндекс.Директ/Google.Adwords, поисковая выдача, сайты-отзывики.	Instagram, Facebook), Яндекс.Директ/Google.Adwords, поисковая выдача, сайты-отзывики.
17	Какие надежды он связывает с вашим предложением?	Качественная реализация его потребностей. Желательно, как можно скорее и дешевле.	Качественная реализация его потребностей. Индивидуальный подход.
18	В чем он продолжает сомневаться?	В собственных эмоциональных и финансовых силах. Хватит ли времени на весь процесс.	Когда начать лечение. В профессионализме сотрудников стоматологического центра. Нужно ли ему это?
19	Что он думает о цене?	Дорого, но что делать? – Надо решать проблему как можно скорее. К тому же есть рассрочка.	Приемлемо. Есть рассрочка, почему бы не воспользоваться?
20	Чего ему не хватает для полного счастья?	Счастливой и здоровой семьи. Денег. Уверенности в себе. Времени. Сексуального удовлетворения.	Счастливой и здоровой семьи. Ещё больше денег. Признания.
21	Что ему нравится в ваших конкурентах?	Отзывы/сертификаты, расположение центра, качество и цена оказываемых услуг.	Отзывы/сертификаты, расположение центра, качество и цена оказываемых услуг.
22	Что ему не нравится в ваших конкурентах?	Сайт, социальные сети, спектр услуг, профессионализм, цена, расположение.	Сайт, спектр услуг, профессионализм, цена, расположение. Подход к клиенту.

	Вопрос	V Сегмент
1	Определите пол, возраст и деятельность сегмента.	65% женщины и 35% мужчины; возраст от 14 и до 19 лет; школьник, студент
2	В какой стране/городе он проживает?	Россия, Ростов-на-Дону, преимущественно в Западном районе
3	Где он очень часто проводит время?	Дома, школы, студии танцев, спортивные школы, спортзалы, кафе, бистро, улица, кино
4	Каковы главные ценности этих людей?	Друзья, материальное состояние, признание сверстников, любовь, секс, семья, учеба

5	Решение каких проблем более всего актуально для него на данный момент?	Финансовые проблемы, улучшить внешний вид, иметь больше друзей, найти вторую половинку, улучшить здоровье
6	Каковы причины этих проблем?	Жизненные ситуации, нехватка денег, учеба, контроль родителей, плохое самочувствие
7	Что мешает ему решить свои проблемы? (Какие барьеры стоят на пути к решению?)	Финансовые возможности, решение родителей, страх процедуры
8	Главные желания сегмента.	Красота и здоровье, безболезненная процедура
9	Какие решения он пробовал раньше, и почему они ему не помогли?	Самолечение, лечение в домашних условиях. Бесплатная клиника. Лечение в более дешевой стоматологической клинике.
10	Как он представляет себе идеальное решение своей проблемы?	Быстрое решение проблемы. Если связано с улучшением внешнего вида – то достижение его ожиданий.
11	Чего он больше всего боится? (Главные страхи).	Никто не заметит результат. Будет больно и долго. Родители будут ругать.
12	Что его больше всего радует?	Хорошее отношение с друзьями и родителями. Успешная учеба. Может свободно распоряжаться деньгами.
13	О чем он думает большую часть времени?	О зубной боли, проблем со здоровьем. Как улучшить внешний вид. Учебе
14	Кто его кумиры?	Дневник Хача, Юлик, Макс 100500, Юрий Хованский, ИванГай, Ивлеева (Видеоблогеры). Бабушки/Дедушки/родители.
15	Как изменится его жизнь после решения	В лучшую сторону. Человек будет себя лучше

	его проблемы?	чувствовать физически и эмоционально. Возможно придет признание сверстников.
16	Как он узнал о вас?	Наружная реклама. Личные рекомендации или «Сарафанное радио». Социальные сети (VK, Instagram, Facebook), Яндекс.Директ/Google.Adwords, поисковая выдача, сайты-отзывики. Ютуб.
17	Какие надежды он связывает с вашим предложением?	Качественная реализация его потребностей. Желательно, как можно скорее.
18	В чем он продолжает сомневаться?	В собственных эмоциональных силах. Чувствует страх.
19	Что он думает о цене?	Ему непринципиально. Надеется, что родители «потянут».
20	Чего ему не хватает для полного счастья?	Счастливой и здоровой семьи. Денег. Уверенности в себе. Времени. Сексуального удовлетворения.
21	Что ему нравится в ваших конкурентах?	Отзывы/сертификаты, расположение центра, качество и цена оказываемых услуг.
22	Что ему не нравится в ваших конкурентах?	Сайт, социальные сети, спектр услуг, профессионализм, цена, расположение.

## АВАТАР СЕГМЕНТА I

Владимир.  
Возраст - 27 лет.  
Род деятельности - офисный работник.  
Регион проживания - Ростов-на-Дону, точнее Западный район.

В настоящее время арендует квартиру на Зорге. Владимир проживает сам, есть ребенок, сейчас в разводе. С ребенком встречается, но нет часто как хотелось бы.

Работает менеджером по продажам в компании « ... ». Основной доход в районе 25-30 тыс. рублей. Кредитов или долгов у него нет. Есть восьмилетний автомобиль Hyundai Accent. Уровень средний.

Как проводит время – с понедельника по субботу на работе. На выходных старается отдохнуть и встретиться со своими друзьями. Имеет грамотно поставленную речь и хорошее чувство юмора.

Активный пользователь интернета. Любит спорт, в детстве занимался боевыми единоборствами. В юности получил травму и прекратил занятия.

Владимир хочет наладить свою личную жизнь, пытается найти свою вторую половинку. Общается в социальных сетях VK и Instagram, также зарегистрировался на сайтах знакомств. Однако в последнее время не может добиться результата. Он начал переживать, что отчасти ему мешает проблемы, которые связаны с его зубами, это – неправильный прикус и кариес.

Получил премию и решил изучить цены на стоматологические услуги, так как давно хотел исправить проблему с зубами. Цены приблизительно везде одинаковые, теперь не знает как сделать правильный выбор. Друзья не могут дать совет, никто не обращался в стоматологию.

Желает как можно скорее решить вопрос, связанный с зубами, чтобы не потратить деньги.

## АВАТАР СЕГМЕНТА II

Андрей Васильевич.  
Возраст – 45 лет.  
Род деятельности – предприниматель.  
Регион проживания – Ростовская область, ст. Кировская.

Андрей Васильевич родом из Ростовской области, активно занимался тяжелой атлетикой в студенческие годы. Есть жена и сын. Закончил институт, по специальности бухгалтер. До 36 лет работал в ЧОП, снимал квартиру, часто выпивал, были проблемы в семье.

Знакомый привлек Андрея попробовать начать бизнес, а именно продажа зерна. К счастью, у него все получилось, бизнес успешно развивается, получает хорошую прибыль. Уехал из города, построил большой частный дом в деревне, приобрел 3 автомобиля, купил 2 квартиры в Ростове-на-Дону. Сын учится в Санкт-Петербурге. Старается наращивать капитал, средний доход за год – около 12 млн рублей.

Продолжает заниматься спортом, по большей части тяжелой атлетикой. Большой любитель охоты, ездит каждые выходные на 1-2 дня. Очень груб в общении с людьми, никого не ставит в авторитет и пытается всегда подколоть. Ценит внимание и признание.

Пользуется интернетом для поиска фильмов и музыки. Редко пользуется социальными сетями, в основном только фейсбуком. Купил себе последний iPhone в день открытия продаж.

Недавно сказал жене, что сделает себе улыбку, как у Игоря Верника. Хочет ещё больше выделяться среди людей своей «голливудской улыбкой».

## АВАТАР СЕГМЕНТА III

Татьяна Евгеньевна.  
Возраст - 37 лет.  
Род деятельности - бухгалтер.  
Регион проживания - Ростов-на-Дону, центр.

У Татьяны счастливый брак, есть трое сыновей: 19 лет, 10 лет, 4 года. Старший сын поступил в московский ВУЗ. Средний заканчивает 3 класс. Младший ходит в детский сад, часто более, поэтому приходится нанимать няню.  
Муж работает коммерческим директором, часто бывает в командировках. Недавно семья приобрела квартиру на Пушкинской.

Татьяна работает бухгалтером в довольно крупной компании, график с 09:00 до 18:00, после этого сразу «бежит» домой, чтобы сделать уроки со средним сыном. В последнее время очень сильно устает, дома много дел, к тому же ещё ремонт.  
Достаток семьи на среднем уровне, но сейчас очень трудно справляться со всеми обязательствами. Есть существенный недостаток времени.

У младшего сына сильные зубные боли с самого детства, ранее уже обращались к помощи стоматологам. Проблему решили, однако ненадолго, сейчас боли снова обострились. Из-за этого все члены семьи плохо спят по ночам, в детском саду сын неусидчивый, начались головные боли и температура.

Татьяна хочет взять отпуск, чтобы решить семейные проблемы, однако времени и денег совсем немного. Друзья посоветовали найти стоматологию с компьютерным томографом и возможностью оплаты в рассрочку. Данная идея очень понравилась Татьяне Евгеньевне и она активно начала поиски стоматологического центра.

## АВАТАР СЕГМЕНТА IV

Геннадий.  
Возраст - 31 год.  
Род деятельности - руководитель высшего звена.  
Регион проживания - Ростов-на-Дону.

Геннадий имеет 2 высших образования, карьерист, пошел по стопам своего отца. В данный момент заочно получает ещё одно образование за границей. После окончания университета сразу устроился на высокооплачиваемую работу в компанию «,,,,», затем в 27 лет стал Генеральным Директором филиала крупной зарубежной компаний.

Проживает в Ростове-на-Дону в большой и дорогой квартире. Жены нет, часто отдыхает в ресторанах и барах, ведет распушенную жизнь. График достаточно свободный, на выходных посещает баню. Любил гольф, ждет игровой сезон с нетерпением.

Активный пользователей социальных сетей, пол дня может провести в Instagram, общаясь с красивыми ростовскими девушками. Также активно выкладывает фото в VK. Когда ему скучно, то смотрит YouTube, подписан на множество каналов в Telegram.

Геннадия мучила зубная боль, он обратился по совету друга в стоматологическую клинику «...», там его отправили на рентген. На рентген Геннадий собирался 3 недели, в итоге сходил, результаты пришли в клинику. Там ему сказали, что

требуется вырвать 2 зуба и вставить импланты, также следует сделать ещё ряд процедур.

Данная ситуация серьезно возмутила его, особенно отношению к такому клиенту, как ОН. И вопрос тут точно не в деньгах. Готов заплатить 100-200 тыс. рублей, лишь бы решить проблему раз и навсегда.

## АВАТАР СЕГМЕНТА V

Катя Ефимова.  
Возраст – 16 лет.  
Род деятельности – учится в школе.  
Регион проживания – Ростов-на-Дону.

Есть большая семья: мама, папа, старший брат, дедушки и бабушки. У них семейный бизнес, связанный с продажей тепличного оборудования. Доход семьи довольно высокий, но не шикуют, раз в год выезжают семейно зарубеж. Своя четырехкомнатная квартира на Западном и дача в Краснодарском крае.

Екатерина очень послушный ребенок. Её все очень любят, всячески ей помогают финансово и по учебе. Учится в 10 классе, успеваемость хорошая, преподаватели не жалуются. Также ходит к репетитору по английскому и французскому языку. Катя любит изучать языки, хочет быть лингвистом или журналистом.

Катя общительный человек, имеет много друзей, в основном подруг. От мальчиков также хватает внимания. Часто гуляют в парках после школы, ходят на фильмы и собираются дома. Любит кататься на коньках и верховую езду. С 2014 года увлекается и занимается большим теннисом, в раннем детстве были даже призовые места по областным соревнованиям. Продолжать спортивную карьеру не видит смысла, хочет сделать упор на дальнейшее обучение.

Активный пользователь социальных сетей, общается практически во всех мессенджерах: What`s, Telegram, Viber. «Зависает» в VK, Instagram и Facebook, даже пыталась начать вести свой бьюти блог в YouTube.

Родители начали замечать, что Катя стала агрессивной, упала успеваемость, подруги не так часто ходят в гости. В итоге выяснилось, что она рассталась со своим бойфрендом, который старше её на 4 года. Они всячески пытаются её успокоить и донести, что таких будет ещё «целый вагон», однако на неё это никак не влияет. Катя уверена и даже зла на родителей, что причина всему её передние зубы. – Парень так её и называл «кролик».

Девочка очень расстроена, просматривает ролики на YouTube, как можно исправить проблему. Она упорно настаивает, что хочет улучшить внешний вид зубов. К тому же это ей мешает в разговоре на иностранном языке. Семья в недоумении... Похоже придется искать стоматологию.

## МОДЕЛЬ «ЛКП»

Модель ЛКП основывается на отношениях с целевой аудиторией: знает ли ваш клиент компанию «в лицо», какие проблемы ЦА решает продукт, удовлетворяет ли психологические потребности, какие эмоции и чувства вызывает, как в целом относится к бренду. То есть

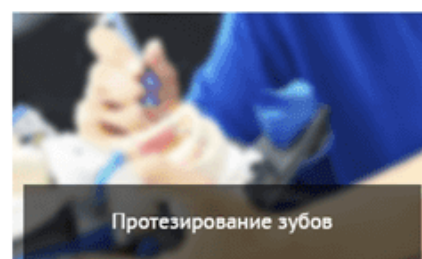
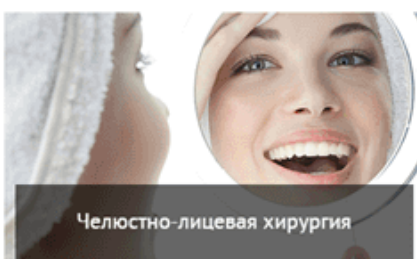
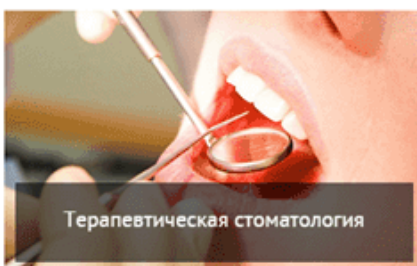
каждый элемент этой модели прописывается с позиции вашего клиента.

<b>Особенности/ уникальность</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Безболезненно</li><li>• профессиональное оборудование</li><li>• опытные специалисты</li><li>• здоровье</li><li>• спокойствие</li></ul>
<b>Эффективность</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• индивидуальный подход</li><li>• комфортная атмосфера</li><li>• уникальность технологий</li><li>• неизбежный результат</li></ul>
<b>Образы</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• надежность</li><li>• привлекательность</li><li>• безграничные возможности</li><li>• особое отношение</li></ul>
<b>Чувства/эмоции</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• предвкушение</li><li>• ожидание</li><li>• вау!</li><li>• самоуважение</li><li>• гордость</li><li>• счастье за близких</li><li>• уверенность</li><li>• «я знаю! я могу»</li><li>• это нужно сделать!</li></ul>
<b>Суждения</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• круто</li><li>• качество</li><li>• нестандартно</li><li>• все гениальное доступно</li><li>• профессионально</li><li>• эффективно</li></ul>

<b>Резонанс</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• радость близких</li> <li>• удивление коллег</li> <li>• лайки в социальных сетях</li> </ul>
-----------------	---

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ТРИГГЕРЫ

1. Ведение блога врачом-специалистом в социальных сетях. Раз в одну неделю рассказывать простым языком сложные процедуры в формате видео. Показывать результаты фото ДО и ПОСЛЕ. Чаще общаться с клиентами.
2. Использовать видеоотзывы клиентов на сайте и социальных сетях. Добавить фото улыбающихся целевых аудиторий/сегментов.
3. Нужно донести до потенциального клиента, что процедуры безболезненны, используются новейшие анестезии. Позиционирование: «Лучший стоматологический центр на Западном».
4. Добавить на слайдер (главная страница) сайта информацию, что есть вариант оплаты в рассрочку.
5. Постоянное проведение конкурсов в социальных сетях для целевых сегментов.
6. Добавить 3D тур по стоматологическому центру.
7. Визуализировать блок услуг (второй экран главная страница) в таком виде



8. Публикация видео в Instagram, использовать инструмент Stories от врачей.
9. Проработать портфолио пример - <http://luberdent.ru/foto/>
10. Уделить внимание Яндекс.Карты и Google.Maps, улучшить карточку организации, добавить ещё отзывов, новые фото.
11. “Беспроцентная рассрочка без предоплаты!”
12. “Бесплатная гарантия на выполненную работу!” Это поможет “закрыть” один из главных страхов клиента, так вы дадите понять, что за ошибки врачей будет отвечать клиника.



13. Разработать и протестировать баннеры под разный сегмент аудитории. Также следует сделать видео рекламу. Текущие рекламные кампании сделаны без использования 40% инструментов/дополнений, которые могли бы увеличить конверсию и снизить цену за клик.

Текст объявлений должен быть составлен по системе «ODC»:

- «O» – offer (предложение),
- «D» – deadline (ограничение по времени),
- «C» – call to action (призыв к действию).

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

У конкурентов, которые размещаются в Яндекс.Директ и Google.Adwords, сайты существенно хуже. Это касается как дизайна, так и юзабилити сайта. Я могу выделить лишь 2-3 сайта, которые соответствуют по ценовой политике и спектру оказываемых услуг и с неплохим сайтом.

Большинство стоматологий имеют небольшой спектр услуг, на типовых страницах указан текст, который больше предназначен для поисковых роботов нежели потенциальным клиентам. На некоторых сайтах не указаны цены, фото врачей, расписание, лицензии и тд. Разделы «Новости/Блог» не заполнены. Фотографии взяты стоковые и самые популярные. Отзывы написаны уж слишком липовые и неправдоподобные.

Если рассматривать социальные сети конкурентов, то тут ситуация ещё хуже, 80% их просто не ведут, хотя по данной тематике надо делать упор на Instagram. Но в вашем случае тоже есть куда стремиться в данном направлении.

## Анализ конкурентов (Западный район)

Конкурент	Цены	Преимущества	Недостатки
Конкурент №1	Средние	<ul style="list-style-type: none"> <li>А) Исключительно детская стоматология.</li> <li>Б) Сеть стоматологий.</li> <li>В) Много статей и видео.</li> <li>Г) Юридическая информация.</li> <li>Д) Ведут соц сети.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>А) Нет раздела цены, приходится смотреть по каждой услуге на посадочной странице.</li> <li>Б) Статьи и видео давно не обновлялись.</li> <li>В) Нечитабельный текст.</li> <li>Г) Очень длинная главная страница, плохая структура сайта.</li> </ul>
Конкурент №2	Ниже среднего	Их нет	Ужасный сайт, как со стороны дизайна, так и юзабилити. В 1998 году был бы актуальный.
Конкурент №3	Средние	<ul style="list-style-type: none"> <li>А) Есть 3D тур.</li> <li>Б) Есть фотографии.</li> <li>В) Реальные отзывы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>А) Очень слабый дизайн, его практически нет. Даже логотипа нет.</li> <li>Б) Нет соц сетей.</li> <li>В) Нет никакой информации о клинике, нет блога.</li> <li>Г) Странная структура.</li> </ul>

Конкурент №4	Чуть выше среднего	Их нет	Тут все очень плохо по всем параметрам.
Конкурент №5	Средние	А) Неплохая структура сайта. Б) Есть документация.	А) Дизайн слабоват. Шаблонный сайт, фото стоковые. Б) Очень сложно найти цены. В) Нет Instagram. Г) Блог/Новости никто не ведет.
Конкурент №6	Низкие	Их нет. Скорее всего это недавно открывшийся стоматологический кабинет.	На картах есть, а сайт себе не доделали.
Конкурент №7	Средние	А) Хороший дизайн. Б) Правильная структура сайта. В) Читательный шрифт. Г) Формы захвата. Д) Реальные фото.	А) Посадочные страницы услуг очень слабые, нет никакой информации. Б) Не совсем удобный прайс. В) Небольшая компания.

## ЛИНЕЙКА ПРОДУКТОВ

### 1. Установка виниров

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте:  А) Установка виниров: что нужно знать о процедуре?  Б) Как долго служат виниры после установки?
Lead Magnet	Бесплатно	«Пройдите тест и узнайте предварительную цену». Интересный пост в социальных сетях. Видеоблог врача специалиста. (дублирование на сайт).
Tripwire	500 руб.	Консультация с врачом, первичный прием, составление плана лечения.
Frontend 1	2 000 – 5 000 руб.	Визиты (4-6) к врачу для изготовления виниров.
Upsell	3 000 – 10 000 руб.	Установка временной коронки.

BackEnd	30 000 – 42 000 руб.	Установка индивидуального съемного протеза.
Downsell	? руб.	Ежемесячное обслуживание, повторные обращения, консультации.

## 2. Брекет-системы

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) Установка брекетов: что нужно знать о процедуре? Б) Сколько времени нужно носить брекететы?
Lead Magnet	Бесплатно	«Пройдите тест и узнайте предварительную цену». Интересный пост в социальных сетях. Видеоблог врача специалиста. (дублирование на сайт)
Tripwire	700 руб.	Консультация с врачом, первичный прием, составление плана лечения
Frontend 1	? руб.	Отливка модели из гипса, снятие слепка, установка
Upsell	7 000 руб.	Установка аппарата «Пендулюм»
BackEnd	15 000 руб.	Установка Твин-Блока
Downsell	? руб.	Коррекция, чистка, ремонт аппарата

## 3. Установка имплантов

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте: А) Установка виниров: что нужно знать о процедуре? Б) Какие виды виниров существуют? Как правильно сделать выбор?
-----	-----------	--

Lead Magnet	Бесплатно	«Пройдите тест и узнайте предварительную цену». Интересный пост в социальных сетях. Videоблог врача специалиста. (дублирование на сайт).
Tripwire	500 руб.	Консультация с врачом, первичный прием, составление плана лечения.
Frontend 1	4 000 - 10 000 руб.	Удаление зуба, дополнительные услуги.
Upsell	10 000 - 20 000 руб.	Синус-лифтинг.
BackEnd	42 000 руб.	Установка дентального имплантата «NOBELPARALLELCC» (Швейцария), (1 ед.) (имплантат + операция).
Downsell	? руб.	Ежемесячное обслуживание, повторные обращения, консультации.

## 4. Бюгельное протезирование

ВПВ	Бесплатно	2 статьи на сайте:  А) Что такое бюгельное протезирование? Какие есть преимущества?  Б) Какие виды бюгельного протезирования существуют? Как правильно сделать выбор?
Lead Magnet	Бесплатно	«Пройдите тест и узнайте предварительную цену». Интересный пост в социальных сетях. Videоблог врача специалиста. (дублирование на сайт).
Tripwire	500 - 1 000 руб.	Консультация с врачом, первичный прием, составление плана лечения
Frontend 1	2 000 - 4 000 руб.	Снятие размеров, подготовительные процедуры.
Upsell	15 500 руб.	Установка акрилового съемного протеза.

BackEnd	30 000 руб.	Установка бюгельного протеза.
Downsell	? руб.	Ежемесячное обслуживание, повторные обращения, консультации.