

ВЫЯВИТЬ ДЛЯ конкурентов, определить более точно ЦА, обозначить ВОЗМОЖНЫЕ каналы продаж



Знания

Высокое качество вашей жизни и здоровья наша главная ценность поэтому мы всегда руководствуемся доказательными и клиническими методами, применяем запатентованные и проверенные технологии и практики, а также приглашаем независимых экспертов самой высокой квалификации для того, чтобы эффективно и результативно внедрять подходы в лечение пациентов.



Ответственность

Мы осознаём, что вы доверяете нам самое важное — своё здоровье. Здесь нет места ошибке и импровизации. Поэтому мы оказываем вам услуги со всей серьёзностью по проверенным методикам, подбор которых основан на индивидуальных особенностях и уникальной истории каждого пациента.



Надёжность

Уровень квалификации специалистов Терра Пи и строгое соблюдение морально-деловой этики позволяет устанавливать доверительные отношения с каждым пациентом и оказывать им самые лучшие услуги. Пациенты Терра Пи знают, что их врачи всегда готовы помочь, найдут подходящее решение для любого случая и получат ожидаемые результаты.





Из интереса — в выбор. Из выбора — в доверие.



🙄 Проблема

Клиника Терра Пи **не достигает ожидаемых результатов** из-за нечеткого понимания целевой аудитории и неэффективных каналов продаж, а структура сайта плохо воспринимается пользователями. Требуется анализ конкурентов и рекомендации для улучшения позиционирования и масштабирования сети филиалов.

🎯 Цель

Цель - определить точный портрет целевой аудитории, выявить ключевых конкурентов и оптимальные каналы продаж, а также **дать рекомендации** по улучшению структуры и восприятия сайта для успешного масштабирования сети клиник Терра Пи в каждом районе.

😊 Миссия

Терра Пи - комплексно поддерживает здоровье клиентов, сочетая физическую и ментальную помощь, чтобы улучшить качество их жизни и создать доступную сеть клиник, способных эффективно решать эти взаимосвязанные задачи в каждом районе.

🔑 Решение

Пересмотр и таргетинг ЦА
+ каналы продаж

Доверие и удержание:
кейсы, экспертиза и
корпоративные пакеты

Редизайн сайта как
конверсионного
«локатора» клиник

Модель «одна клиника -
один район»:
гиперлокальный
маркетинг

👑 Результаты

снижение CPA на
20–40% по
релевантным
сегментам

рост повторных
визитов на **20–40%**

рост конверсии
сайта в запись на
20–60%

достижение **60–80%**
загрузки расписания в
пилоте за 2-3 месяца

♥ Основные ценности

Комплексный подход к здоровью
желание получать одновременно помощь по физическим и ментальным проблемам в одном месте.

Профессионализм и доверие
высокая квалификация специалистов и надежность оказываемых услуг.

Индивидуальный подход
персонализированные программы и внимание к уникальным потребностям каждого клиента.

Удобство и доступность
близость клиники к дому или работе, удобное расписание и комфортная атмосфера.

Долгосрочные результаты
стремление к устойчивому улучшению здоровья, а не к разовому решению проблем.

👤 Визуальный портрет аудитории



😊 Группы по возрастам и интересам

Сегмент	Кто это	Особенности
дамочки	Женщины 30–50 лет, ищущие комплексное оздоровление	ориентированы на улучшение общего самочувствия и баланс между работой и личной жизнью, ценят индивидуальный подход
хроники	Мужчины 35–55 лет с хроническими физическими заболеваниями и стрессами, требуют эффективных и быстрых решений.	чаще обращаются при хронических заболеваниях и стрессах, требуют эффективных и быстрых решений.
профилактики	Молодые взрослые 20–30 лет с запросами на ментальное здоровье и профилактику	заинтересованы в профилактике и поддержке ментального здоровья, открыты к современным технологиям
деды	Пожилые люди 60+ с комплексными медицинскими и психологическими потребностями	нуждаются в комплексной медицинской поддержке и заботе, важна безопасность и доверие к специалистам

⚠️ Ключевые барьеры

Недоверие к комплексному подходу
сомнения в эффективности совмещения физической и ментальной помощи в одном месте.

Сложности с восприятием сайта
неудобная навигация или непонятная структура мешают записаться на услуги.

Высокая конкуренция
много похожих клиник и специалистов на рынке, сложно выделиться.

Стоимость услуг
возможные опасения по поводу цены и ценности предложений.

Недостаток информации о результатах
отсутствие ясных кейсов и отзывов, которые подтверждают эффективность.

Страх стигматизации
боязнь негативного восприятия ментальных проблем и обращения за помощью.

📊 Статистические данные

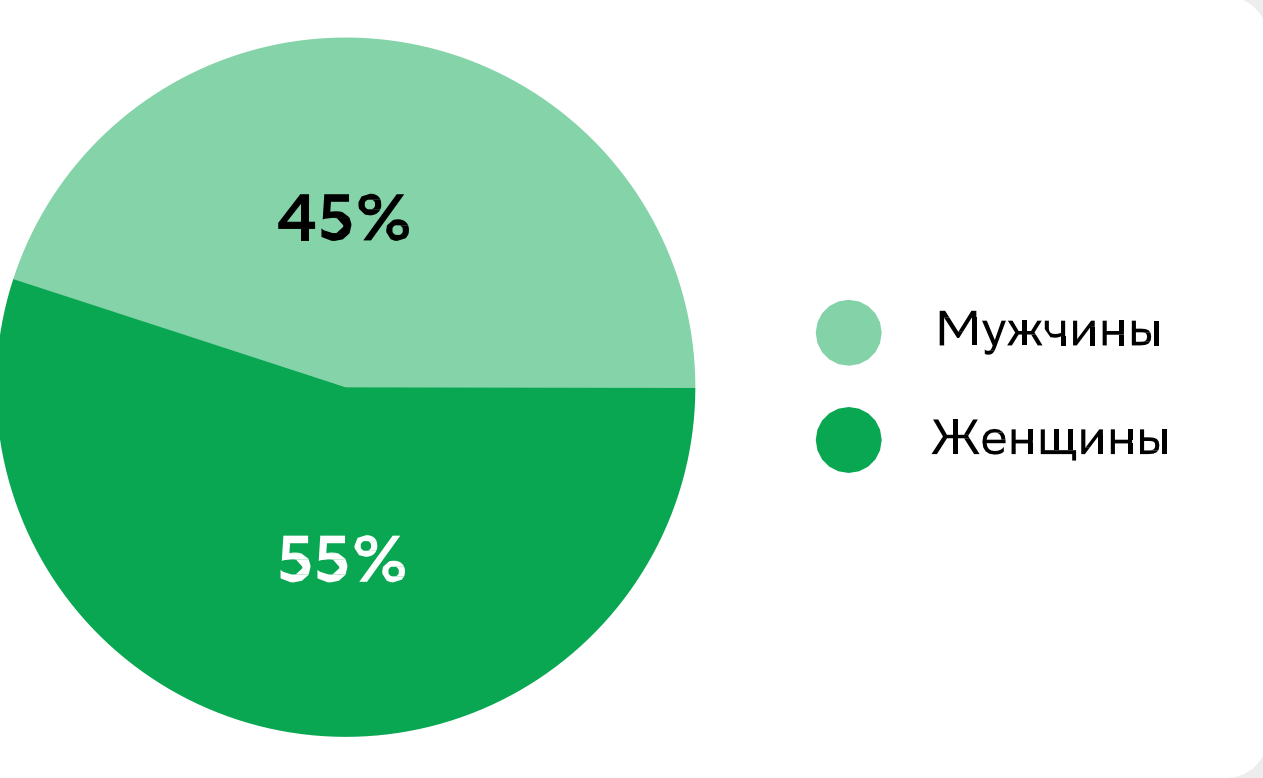
Рынок комплексных медицинских услуг растет ежегодно на 10-15%, восстановившись после снижения в период пандемии COVID-19.

Ожидаемый ежегодный рост коммерческого сектора медицины составляет 5-8%.

📈 Рост



👤 Гендерный состав

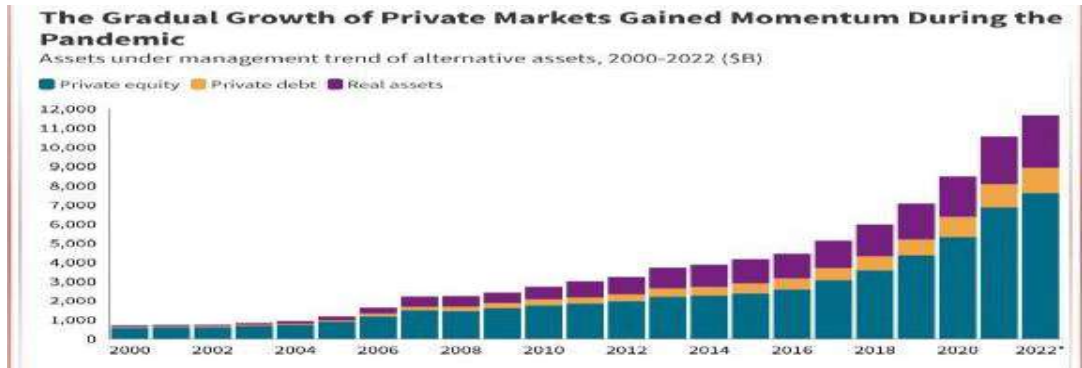


Анализ рынка и конкурентов

Анализ рынка

Формат	Преимущества	Недостатки
Крупные мультипрофильные сети (ЕМС, Медси и др.)	Сеть обладает широкой географией, большим ресурсом и брендом. Например, ЕМС - в числе крупнейших игроков, с множеством медицинских направлений и клиник в столице	Структура крупной сети может снижать персонализацию и усложнить интеграцию психосоматики, телесных практик и ментальной поддержки.
Специализированные психоневрологические и нейротехнологические клиники	« НейроМедС » предлагает современную диагностику (ЭЭГ, МРТ) и нейростимуляции, комплексный подход к психоневрологическим расстройствам .	Узкая специализация (например, эпилепсия, деменция) ограничивает охват клиентов, которые нуждаются в комплексных подходах
ХОЛИСТИЧЕСКИЕ КЛИНИКИ	« Жёлтый Император » предлагает синергию западной и ТКМ (традиционной китайской медицины), индивидуальный подход и профилактику	Многие методы недостаточно стандартизованы и не имеют широкого доказательного обоснования; они доступны лишь платно, вне ОМС .
Альтернативные и восточные центры	Могут предложить уникальные процедуры (иглоукалывание, гирудотерапия, кинезиотейпирование), создают атмосферу уюта и доверия, привлекают своей эксклюзивностью	Риск низкой доказательной базы и восприятие как «альтернативы» вместо медицины, способной менять состояние клиента комплексно и эффективно

Рост числа инвестсчетов и вложений



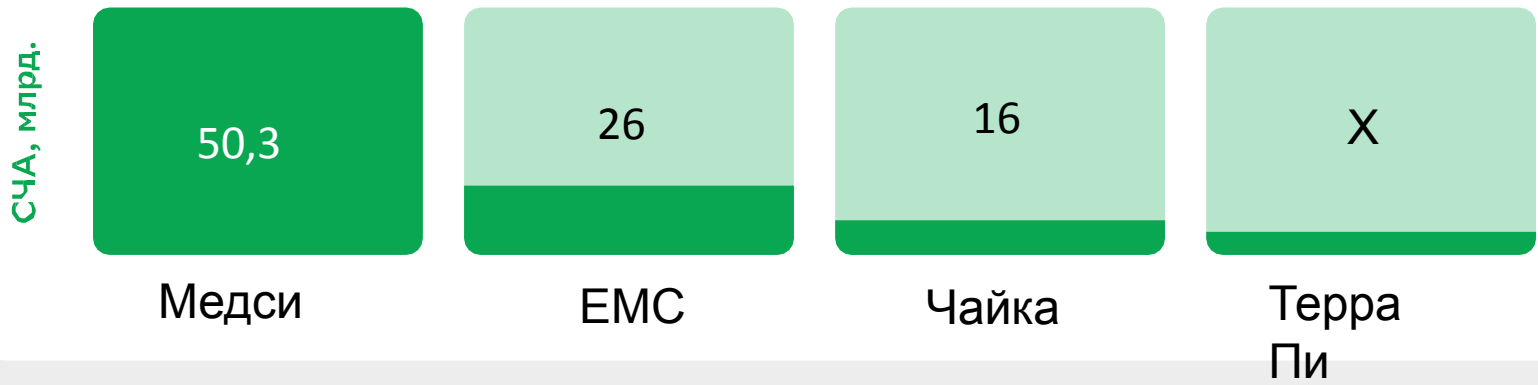
Инсайт

В период примерно с 2021 по 2022 годы компании, привлекающие средства через частные механизмы, получили около 4.5 трлн \$, в то время как публичные рынки собрали лишь 1.2 трлн \$. Это демонстрирует явное предпочтение частного финансирования в текущих реалиях.

Анализ конкурентов

Игрок	Порог входа	Преимущества
МЕДСИ, ЕМС, Чайка	Очень высокий	Бренд, ресурсы, инфраструктура, сеть
Дипломат Клиник	Средний	Интегративный подход, технологии, Восток + Запад
Viel Clinic	Средний	Стационар, уют, премиум-опыт
NatureMIND	Низкий	Сфокусированность, конфиденциальность, эмпатия
Равновесие Плюс	Низкий	Доступность, широкий пакет психо-услуг

Сравнение управляющих компаний по размеру активов

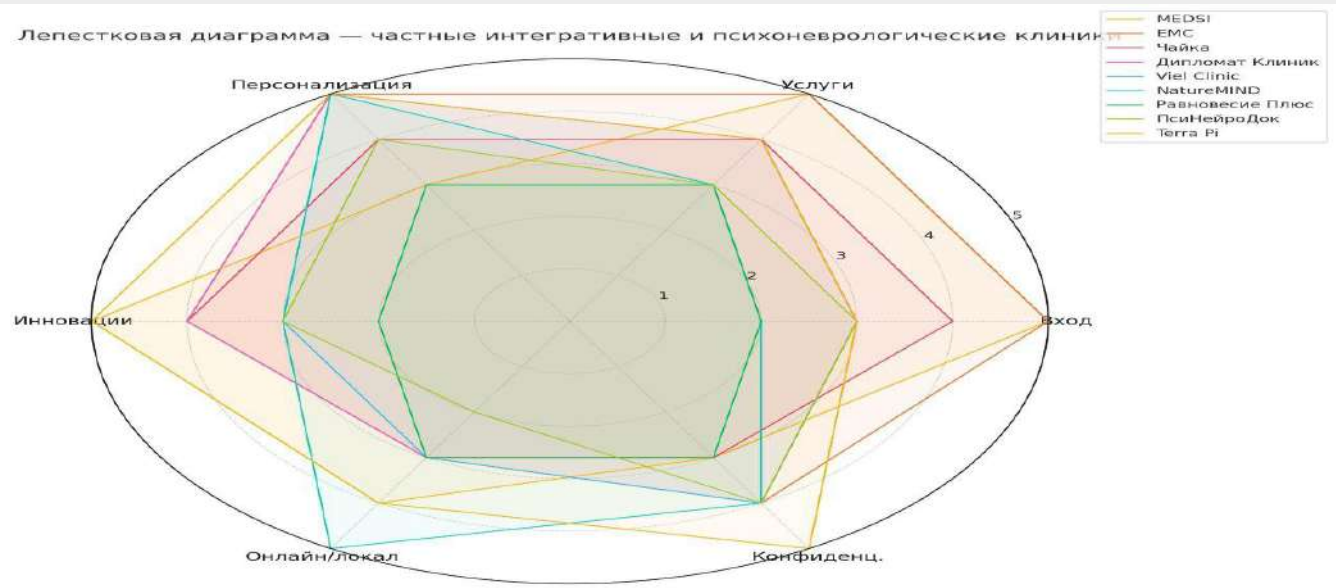


Digital – развитие управляющих компаний

Выводы

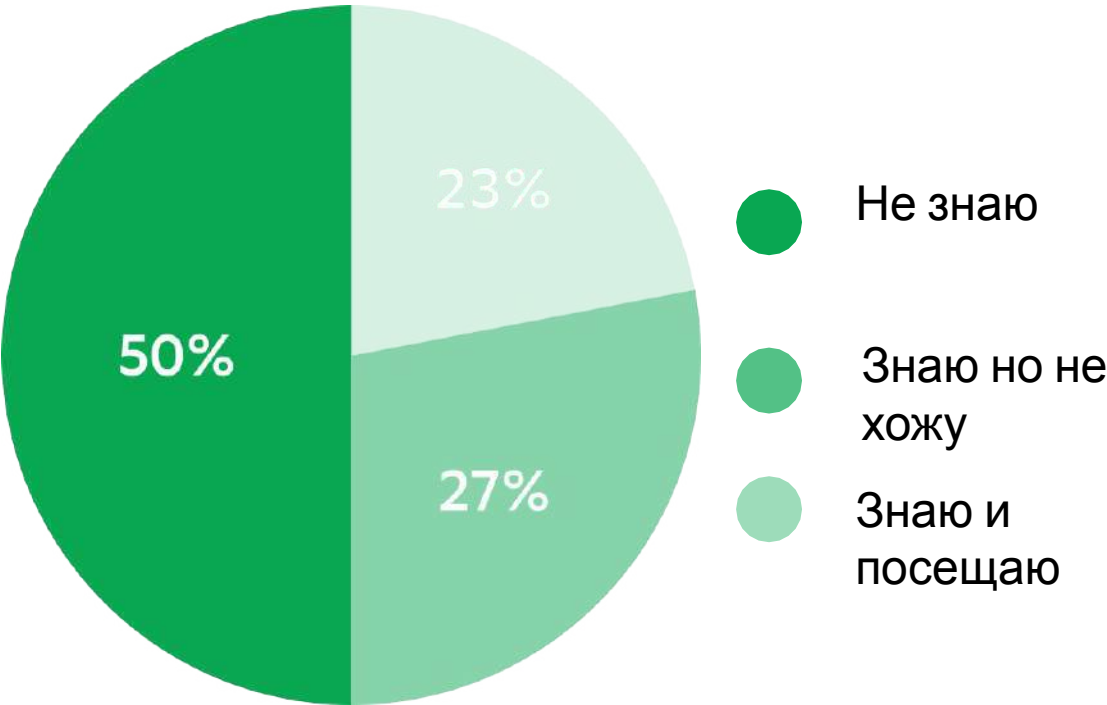
Крупные сети (МЕДСИ, ЕМС, Чайка) лидируют по широте услуг и рыночному охвату, тогда как нишевые игроки (Дипломат Клиник, Viel, NatureMIND, ПсиНейроДок) сильнее в персонализации, конфиденциальности, инновациях и онлайн-сервисах.

Terra Pi ближе к нишевому профилю и может усилиться, нарастив охват и спектр услуг при сохранении акцента на персонализацию и цифровую воронку.

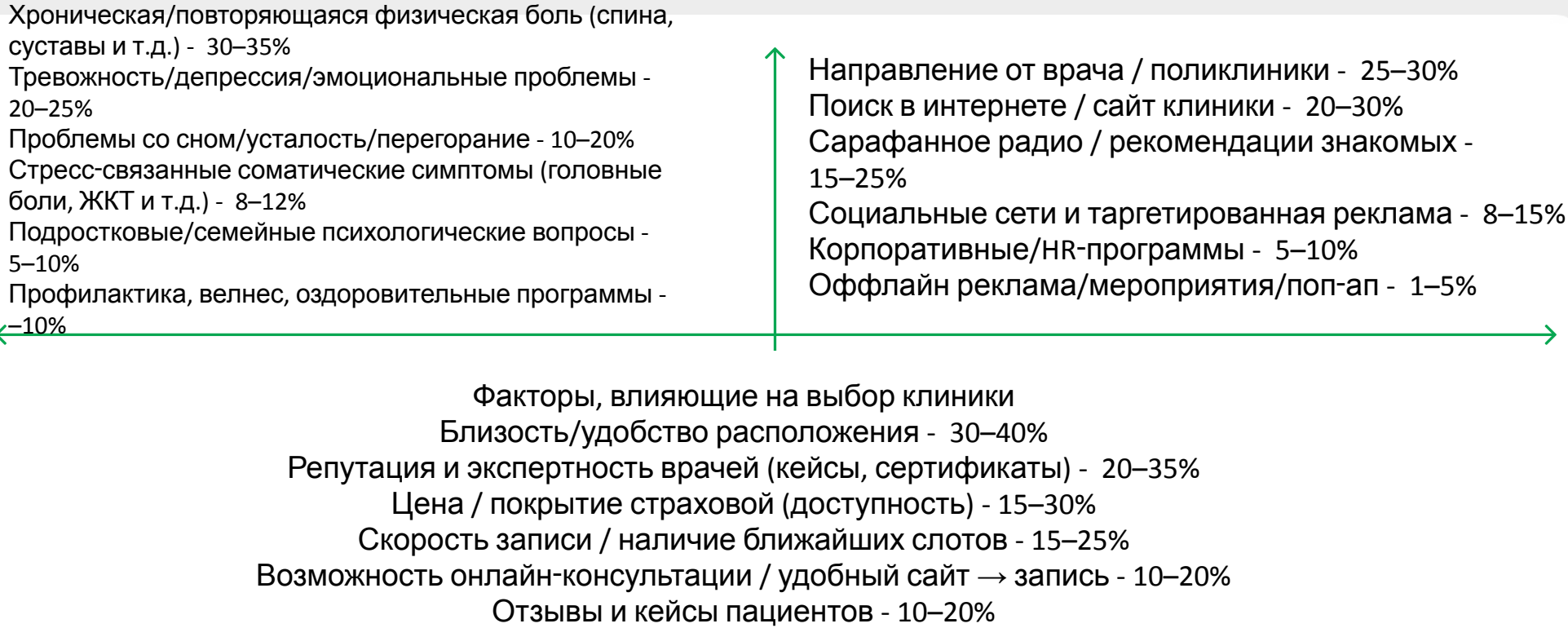


Наше исследование аудитории

Опрос



Что мы узнали из опроса аудитории



Барьеры



Толчки



Ключевые инсайты из интервью

- 1) Большинство пациентов приходит из-за хронической боли и обострений
- 2) Тревога, бессонница и стресс
- 3) Близость и удобство расположения критичны для выбора клиники
- 4) Непонимание «интегративного» подхода снижает конверсию
- 5) Стоимость и отсутствие страховки

Инициатива 1

Пересмотр и таргетинг ЦА + каналы продаж

🕒 Почему это важно

без чёткой сегментации рекламный бюджет распыляется, сообщения не резонируют, и клиенты приходят «неправильные» (неформатные по услугам или бюджету). Разные персоны требуют разных каналов и аргументов.

🕒 Промо



📺 Что предлагаем

формализация 3-4 ключевых персон; для каждой - свой сценарий воронки, креативы и каналы (Instagram, контекст, LinkedIn, корпоративные продажи), A/B-тесты и трекинг LTV/CAC.

📊 Потенциал

снижение CPA на 20–40% по релевантным сегментам

повышение конверсии лид→запись и улучшение качества пациентов (выросший LTV)

Вебинары/форматы: ежемесячные вебинары «Как победить бессонницу без снотворных»

серия мастер-классов для родителей «Подростки и эмоции».

Абонементы и пакеты: «Месячный wellness-пакет» (первичный приём + 3 сессии физиотерапии + 1 психотерапевтическая сессия, скидка 15%), «Корпоративный стандарт» (диагностика 10 сотрудников + вебинар + отчёт о рисках).

Доверие и удержание: кейсы, экспертиза и корпоративные пакеты

🕒 Почему это важно

в медицине решение принимают на основе доверия и доказанной экспертизы; без контента и B2B-партнёров сложнее получить регулярный поток пациентов и снизить зависимость от дорогой рекламы.

🕒 Визуально



📺 Что предлагаем

сбор и продвижение анонимных клинических кейсов и patient stories, регулярные встречи с экспертами, PR в профильных СМИ, запуск абонементов и корпоративных пакетов, программа рекомендаций для пациентов и врачей-направителей.

Программа рекомендаций: пациент получает 20% скидку на следующую сессию за приведённого пациента, направивший врач получает фиксированный бонус или promo-баллы.

📊 Потенциал

рост повторных визитов на 20–40%

увеличение referral rate и снижение churn

привлечение корпоративных контрактов, которые могут дать 15–30% стабильного потока пациентов в прогнозируемой модели

PR/контент-распространение: публикации кейсов в локальных медиа, гостевые статьи врачей, экспертные комментарии для журналистов, сотрудничество с профильными каналами (медицина/здоровье).

Инициатива 2

Редизайн сайта как конверсионного «локатора» клиник

🖥️ Что предлагаем

сайт сейчас - **главный канал первичного контакта**; если он не объясняет быстро, что делает клиника и где расположены филиалы, потеряется значительная доля трафика и потенциальных пациентов. Плохо выстроенная навигация и отсутствие триажа **повышают стоимость привлечения**.

📄 Формат

простая карта филиалов с быстрыми посадочными страницами по району, «**проблема → путь пациента**» (симптомы → услуги), онлайн-триаж/калькулятор для предварительной оценки, интеграция записи и телемедицины, локальное SEO и быстрая мобильная версия

📊 Потенциальный эффект

рост конверсии сайта в запись на **20–60%**

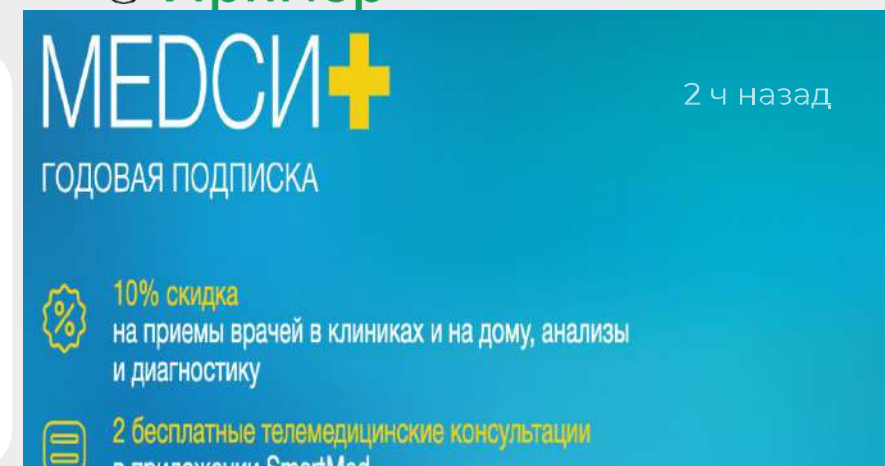
снижение CPL/CPA на **15–40%**

увеличение онлайн-записей и доли первичных (и, как следствие, повторных) пациентов

📍 Промо



📍 Пример



Маркетинг Что предлагаем

пилотный запуск в 1–2 районах с локализованными посадочными страницами, офлайн-активностями (партнёрства с ЖК, фитнесом, детскими центрами), геотаргетированный трафик, рор-ур консультации и PR в локальных сообществах.

📍 Почему это важно

интегративные услуги часто выбирают **по близости и рекомендациям**; захват микро-рынка позволяет быстрее достичь полной загрузки и стать «**клиникой у дома**», снижая маркетинговые затраты на привлечение.

📊 Потенциальный эффект

достижение **60–80%** загрузки расписания в пилоте за 2-3 месяца

CAC в районе **ниже среднего** по городу

рост органических рекомендаций и NPS в микро-рынке

Партнёрства:

ЖК/девелоперы (подарочные консультации новым жильцам), фитнес-студии и йога-центры (взаимные скидки), детские сады для родительских лекций.

Локальные оффлайн-акции: рор-ур дни здоровья в ТЦ, бесплатные скрининги на улицах, мастер-классы «Как справиться со стрессом» в домах культуры.

Рекламные примеры: гео-таргетированная рекламная кампания «Терра Пи в районе X - первая консультация со скидкой 20%» (баннер + таргет в соцсетях), наружные постеры у остановок.

Стратегия: поквартальный план – график реализации инициатив

Редизайн сайта - локатор

Персонализация/свободные
слоты

Автоматизация триажа/CRM

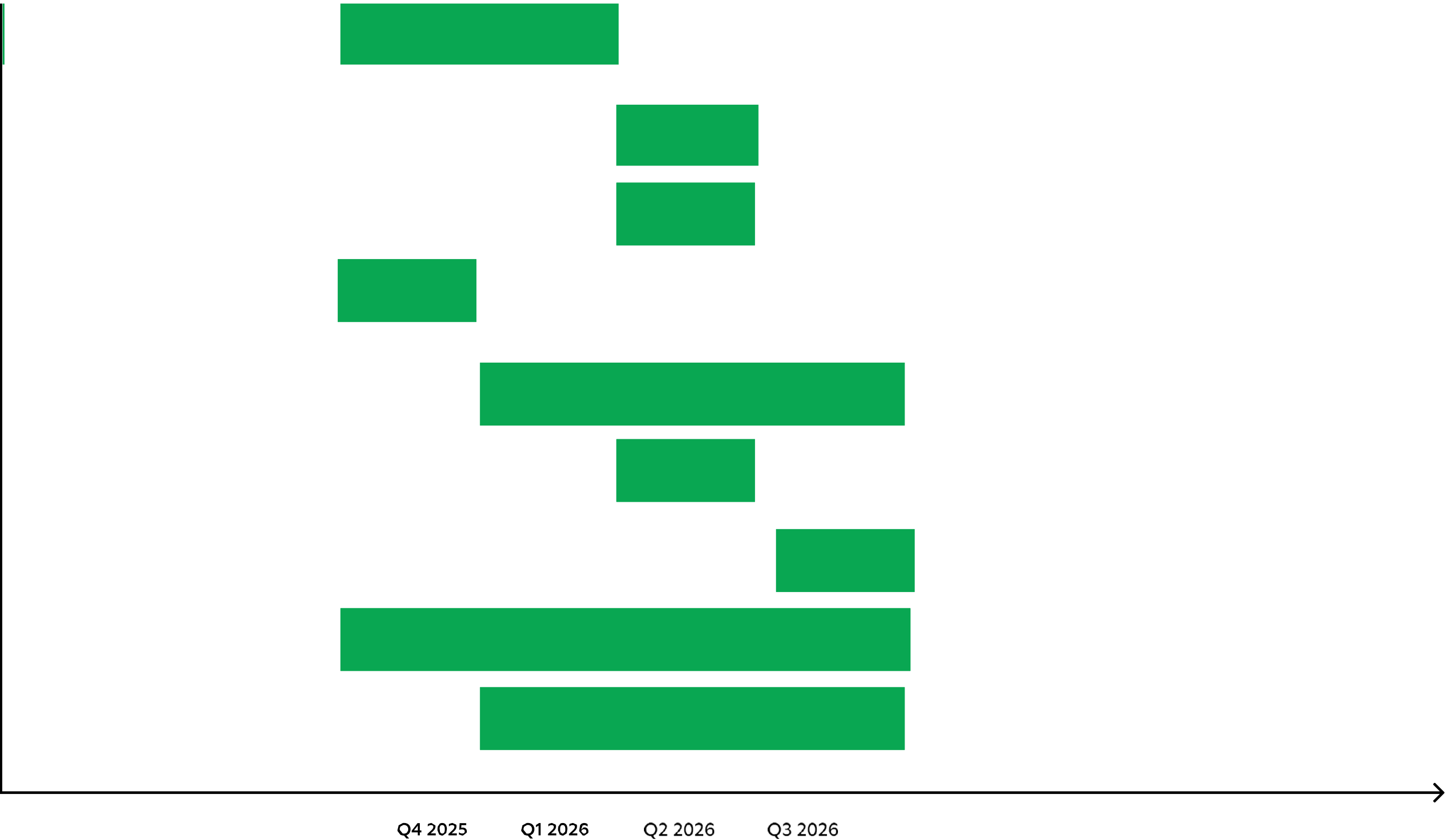
Пилот «1 клиника - 1 район»

Масштабирование
районов
Лендинги

Автоматизация/медиапл
ан

Кейсы/вебинары/PR

Реферальная
программа



Риски

Инициатива	Существенный риск	Способ снижения
Доверие и удержание: кейсы, экспертиза и корпоративные пакеты	Недостаточная вовлеченность контента	Провести исследование интересов аудитории и адаптировать контент под их потребности
Пересмотр и таргетинг ЦА + каналы продаж	Неудачные рекламные кампании	Быстро анализировать результаты и корректировать стратегии на основе полученных данных
Редизайн сайта как конверсионного «локатора» клиник	Неправильная интерпретация пользовательских данных	Провести пользовательские тестирования и опросы до и после редизайна, чтобы собрать обратную связь
Модель «одна клиника - один район»: гиперлокальный маркетинг	Низкая эффективность оффлайн активностей	Провести предварительное исследование целевой аудитории для определения наиболее эффективных партнёрств и мероприятий