**Отчет по таргетированной рекламе за январь 2025 согласно договору о государственных закупках услуг №6 от 14 января 2025 года «Национальный госпиталь Медицинского центра Управления делами Президента Республики Казахстан»**

**ИП «Поколение»** **Байканов Б.А.**

## 1. Предоставление анализа и рекомендаций по аккаунту в социальной сети Заказчика

**Видеоролики:**

Анимированный видеоролик, демонстрирующий важность эффективных коммуникаций для общества, бизнеса и государства.

Краткие интервью с представителями различных организаций о том, как они сотрудничают с Совмин и как это помогает им в их деятельности.

Показать примеры ситуаций, когда правильная экспертиза решила сложные проблемы или предотвратила кризисы.

**Инфографика:**

Статистика и данные о том, какая роль коммуникаций в обеспечении эффективной работы организаций и общества в целом.

Инфографика о масштабе и разнообразии услуг, которые предоставляет Совмин.

Публикации в социальных сетях:

Цитаты или факты, которые подчеркивают важность открытой и прозрачной коммуникации для достижения успеха.

Советы предпринимателям которые могут повысить осведомленность в области экспертизы и сертификации., чтобы привлечь внимание организаций и обычных пользователей.

**Статьи и блоги:**

Публикации, рассказывающие об успехах и достижениях Совмин.

Обзоры последних тенденций в Совмин, а также как компания реагирует на эти вызовы.

**Конкурсы и акции:**

Организация конкурсов или акций, которые поддерживают идеи открытости, коммуникации и вовлеченности, с возможностью выиграть призы.

Призами могут быть книги, журналы, экскурсии различные, даже услуги

**Кейс-стадии:**

Рассказать о конкретных случаях, когда Совмин помогла организации решить проблемы или справиться с кризисами через эффективную коммуникацию.

Обязательно убедитесь, что контент соответствует интересам вашей целевой аудитории и представляет пользу для общества и организаций. Контент должен быть увлекательным, информативным и понятным для широкой аудитории.

Текста можно писать от 1-го лица, они не должны быть строго деловыми.

Важно понимать, что люди в социальных сетях отдыхают, коммуницируют, развлекаются. Подача информации должна быть легкой, не сильно нагруженной и разнообразной.

## 2. Предоставление расчётов по стоимости единицы услуг

| Количество рекламных кампаний | Сумма затрат на 1 кампанию | Сумма затрат на 50 кампаний |
|---|---|---|
| 50 | 80 000 тенге | 4 000 000 тенге |

## 3. Предоставление скриптов продаж медицинских услуг Заказчика

| № | Название | Описание |
|---|---|---|
| 1 | **Подготовка к разговору** | Прежде чем начать разговор, убедитесь, что вы хорошо осведомлены о предлагаемых услугах и преимуществах вашей больницы.<br>Выясните, какие конкретные услуги или программы могут заинтересовать вашего собеседника, и подготовьте материалы, чтобы можно было обсудить их подробности. |
| 2 | **Знакомство и установление контакта** | Приветствуйте клиента и представьтесь.<br>Спросите, как вы можете помочь, и проявите заинтересованность в его потребностях. |
| 3 | **Представление предлагаемых услуг** | Кратко опишите основные услуги и преимущества вашей больницы.<br>Обратите внимание на особенности, которые отличают вашу больницу от конкурентов, например использование передовых технологий, квалификация врачей или комфортные условия для пациентов |
| 4 | **Продажа на основе преимуществ** | Подчеркните преимущества, которые получит клиент, воспользовавшись вашими услугами, такие как качественное обслуживание, быстрое выздоровление, удобство расположения и т. д.<br>Убедитесь, что вы подбираете аргументы, которые наиболее соответствуют потребностям вашего клиента. |
| 5 | **Ответы на вопросы и возражения** | Будьте готовы отвечать на вопросы о ценах, |

| | | |
|---|---|---|
| | | квалификации персонала, процедурах и прочем.<br>Если возникают возражения, слушайте внимательно и старайтесь разрешить их, предлагая убедительные аргументы. |
| 6 | **Закрытие сделки** | После того как вы донесли всю информацию, предложите клиенту действие, например запись на прием или получение более подробной информации.<br>Закрепите позитивный настрой клиента и поблагодарите его за внимание. |

## 4. Предоставление скриптов продаж медицинских услуг Заказчика

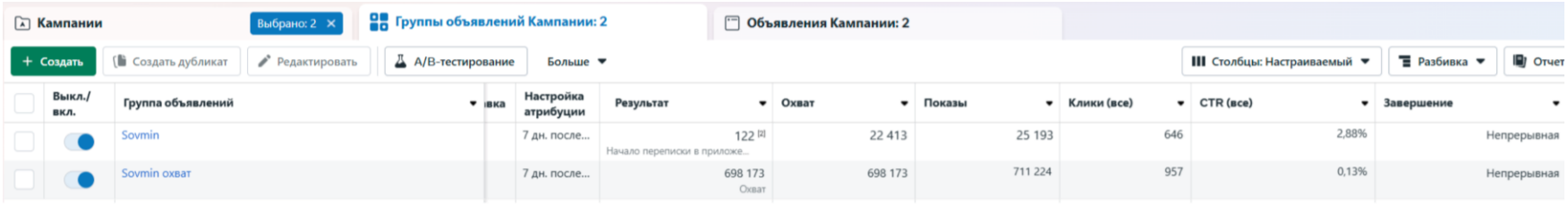
| № | **Аудитория** |
|---|---|
| 1 | мужчины и женщины, от 18 до 60 лет, проживающие на территории Казахстана |
| 2 | мужчины, от 18 до 60 лет, проживающие на территории Казахстана |
| 3 | женщины, от 18 до 60 лет, проживающие на территории Казахстана |
| 4 | мужчины и женщины, от 18 до 60 лет, проживающие в г.Алматы |
| 5 | мужчины и женщины, от 30 до 59 лет, проживающие в г.Алматы |
| 6 | мужчины, от 40 до 60 лет, проживающие на территории Казахстана |
| 7 | подписчики инстаграм аккаунта Совмин |
| 8 | посетители инстаграм аккаунта Совмин за 365 дней |
| 9 | посетители инстаграм аккаунта Совмин за 30 дней |
| 10 | посетители фейсбук аккаунта Совмин за 365 дней |

## 5. Предоставление рекомендаций по копирайту постов

| № | Название | Описание |
|---|---|---|
| 1 | **Целевая аудитория** | Перед написанием постов определите, кому они будут предназначены: пациентам, их родственникам, медицинским специалистам или широкой аудитории.<br>Адаптируйте свой стиль и тон под интересы и потребности вашей целевой аудитории. |
| 2 | **Четкость и доступность** | Используйте простой язык, избегая сложных терминов и медицинской жаргонной лексики.<br>Объясняйте медицинские термины, если они необходимы, чтобы ваша аудитория могла легко понять информацию. |
| 3 | **Эмоциональное вовлечение** | Используйте истории успеха пациентов или вдохновляющие истории, чтобы вызвать эмоциональное |

| | | |
|---|---|---|
| | | вовлечение и подчеркнуть пользу предлагаемых услуг.<br>Показывайте заботу и понимание к ситуации пациентов, создавая эмпатию. |
| 4 | **Преимущества и уникальные характеристики:** | Подчеркните основные преимущества вашей больницы и предлагаемых услуг.<br>Выделите уникальные характеристики, такие как передовые технологии, квалифицированный персонал или специализированные программы. |
| 5 | **Вызов к действию:** | В каждом посте включайте призыв к действию, например, приглашение на консультацию, запись на прием или ознакомление с дополнительной информацией на вашем веб-сайте.<br>Сделайте призыв к действию четким и убедительным. |

## Результаты:

| № | Название | язык | охват | Показы | Клики | CTR | Гео | Аудитория |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Sovmin | ru/kz | 22413 | 28635 | 646 | 2.88% | Казахстан, Алматы | Мужчины-женщины, 30-59 лет |
| | Sovmin (охват) | ru/kz | 698173 | 711224 | 957 | 0.13% | Казахстан, Алматы | Мужчины-женщины, 30-59 лет |
| | Скриншот<br><br>14.01-31.01 |  | | | | | | |

Кампании | Выбрано: 2 | Группы объявлений Кампании: 2 | Объявления Кампании: 2

+ Создать | Создать дубликат | Редактировать | А/В-тестирование | Больше | Столбцы: Настраиваемый | Разбивка | Отчет

| Выкл./вкл. | Группа объявлений | Настройка атрибуции | Результат | Охват | Показы | Клики (все) | CTR (все) | Завершение |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Sovmin | 7 дн. после... | 122 Начало переписки в приложе... | 22 413 | 25 193 | 646 | 2,88% | Непрерывная |
| | Sovmin охват | 7 дн. после... | 698 173 Охват | 698 173 | 711 224 | 957 | 0,13% | Непрерывная |

Итого:

В январе месяце охват составил 720 586 пользователей

Стоимость 1 рекламной кампаний- 80 000 тенге

**Сумма затрат составила: 333 333,3 тенге**