Отчет по таргетированной рекламе за июнь 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. 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. Спросите, как вы можете помочь, и проявите заинтересованность в его потребностях.
3	**Представление предлагаемых услуг**	Кратко опишите основные услуги и преимущества вашей больницы. 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. 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. 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. 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. 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. 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. Показывайте заботу и понимание к ситуации пациентов, создавая эмпатию.
4	**Преимущества и уникальные характеристики:**	Подчеркните основные преимущества вашей больницы и предлагаемых услуг. 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. Сделайте призыв к действию четким и убедительным.

Результаты:

№	Название	язык	охват	Показы	Клики	CTR	Гео	Аудитория
1	Sovmin (Лор)	ru/kz	144686	255848	443	0.17%	Казахстан, Алматы,	Мужчины 18-60 лет
	Sovmin КТ ватсап	ru/kz	8921	17501	506	2.89%	Казахстан, Алматы	Женщины, 18-60 лет
	Sovmin (вечерняя пол.)	ru/kz	12053	23473	456	1.94%	Казахстан, Алматы	Мужчины-Женщины 25-59 лет
	Sovmin лазер.дробление	ru/kz	17567	60748	767	1.26%	Казахстан, Алматы	подписчики инстаграм аккаунта Совмин
	Удаление пузыря	ru/kz	72089	88843	167	0.19%	Казахстан, Алматы	посетители инстаграм аккаунта Совмин за 365 дней
	Мочекаменная процедура	ru/kz	62536	95914	94	0.10%	Казахстан, Алматы	Мужчины 18-60 лет
	Уролог	ru/kz	14668	16058	17	0.09%	Казахстан, Алматы	Женщины, 18-60 лет
	Кардиолог	ru/kz	7261	12498	304	2.43%	Казахстан, Алматы	подписчики инстаграм аккаунта Совмин
	Аллергия	ru/kz	3624	5737	102	1.78%	Казахстан, Алматы	посетители фейсбук аккаунта Совмин за 365 дней
	Лечение паховой грыжи	ru/kz	3184	4576	37	0.81%	Казахстан, Алматы,	Мужчины 18-60 лет
	Sovmin охват	ru/kz	409440	456643	256	0.06	Казахстан, Алматы	Женщины, 18-60 лет
	Sovmin дневной стационар	ru/kz	10761	19508	1039	5.33%	Казахстан, Алматы	Мужчины-Женщины 25-59 лет

Скриншот

01.06-30.06

Кампании | Группы объявлений | Объявления | Прошлый месяц: 1 июн 2025 г. — 30 июн 2025 г.

+ Создать | Создать дубликат | Редактировать | А/В-тестирование | Больше | Столбцы: Настраиваемый | Разбивка | Отчеты | Экспортировать | Диаграммы

Выкл./вкл.	Кампания	Стратегия ставок	Бюджет	Настройка атрибуции	Результат	Охват	Показы	Клики (все)	CTR (все)	Заверше...	Всего по пер
●	Sovmin Охват	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	409 440 Охват	409 440	456 643	256	0,06%	Непрерывная	
○	Лор (Алматы)	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	144 686 Охват	144 686	255 848	443	0,17%	Непрерывная	
○	Удаление желчного пузыря	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	72 089 Охват	72 089	88 843	167	0,19%	Непрерывная	
○	Мочекаменная процедура	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	62 536 Охват	62 536	95 914	94	0,10%	Непрерывная	
○	Уролог	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	14 668 Охват	14 668	16 058	14	0,09%	Непрерывная	
●	КТ и МРТ Sovmin —3	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	112 Начало переписки в ...	8 981	17 501	506	2,89%	Непрерывная	
○	Sovmin дневной стационар	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	76 Начало переписки в ...	10 761	19 508	1 039	5,33%	Непрерывная	
○	Лазерное дробление	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	76 Начало переписки в ...	17 567	60 748	767	1,26%	Непрерывная	
○	Sovmin вечерняя поликлиника	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	60 Начало переписки в ...	12 053	23 473	456	1,94%	Непрерывная	
○	Кардиолог	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	43 Начало переписки в ...	7 261	12 498	304	2,43%	Непрерывная	
○	Sovmin аллергия	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	21 Начало переписки в ...	3 624	5 737	102	1,78%	Непрерывная	
●	Лечение паховой грыжи	Используется стратегия ста...	Используется б...	7 дн. после кл...	6 Начало переписки в ...	3 184	4 576	37	0,81%	Непрерывная	

Итого:

В июне месяце запустили 8 рекламных кампаний, охват составил 766 790 пользователей

Стоимость 1 рекламной кампаний- 80 000 тенге