

GOOGLE ADS · ХІРУРГІЯ · ТРИ НАПРЯМКИ

У медичній тематиці Google забороняє ремаркетинг — догнати рекламою людину, яка читала про операцію, не можна. А рішення про баріатрію дозріває місяцями, і саме на цьому будується вся стратегія

Посилання на сайт у завданні немає, тож нижче — обмеження, які диктують підхід, і чому ваші три напрямки треба вести окремо, а не однією кампанією.

з 2001

full-cycle студія

20+

років досвіду

400%

середній ROI

CA · US

клієнти

Медична політика Google

Пошук замість ремаркетингу

Лапароскопія / баріатрія / грижі

Облік звернень

Дзвінки в статистику

ГОЛОВНЕ ОБМЕЖЕННЯ

Чому звичайні схеми тут не працюють

Google відносить стан здоров'я до чутливих категорій. Наслідок практичний: персоналізована реклама — ремаркетинг, догрів аудиторій, таргетинг за інтересами, пов'язаними зі здоров'ям, — у цій тематиці недоступна. Тобто найзвичніший інструмент для дорогих послуг із довгим циклом рішення відпадає.

Окремо: баріатрія потрапляє під посилені обмеження як напрям, пов'язаний зі зниженням ваги. І ще одне, за що акаунти зупиняють найчастіше, — обіцянки результату. Формулювання на кшталт «позбавимо зайвої ваги назавжди» чи «гарантований результат» модерація не пропускає, і це стосується не лише оголошень, а й сторінок, куди вони ведуть.

Що з цього випливає: якщо ремаркетингу немає, реклама має ловити людину **в момент готовності**, а не вести її до готовності. Тому основна ставка — пошукові запити з наміром оперуватись уже зараз, а не інформаційні. А дозрівання рішення забезпечує сайт і контент, які працюють без реклами.

ТРИ НАПРЯМКИ

Це три різні пацієнти, а не один

ГРИЖІ

Найшвидший цикл, найпростіший запуск

Людина відчуває проблему й шукає рішення предметно. Запити конкретні, рішення приймається швидко, обмежень менше. Зазвичай саме цей напрям окупується першим, тому з нього й починаємо — він дає ранній результат і дані для решти.

ЛАПАРОСКОПІЧНА ХІРУРГІЯ

Запит частіше про метод, ніж про діагноз

Тут шукають не «операцію», а конкретну методику й лікаря, який її робить. Це запити з високим наміром і меншою конкуренцією, ніж загальні. Ключове — щоб сторінка відповідала саме на питання про метод, інакше клік буде, а звернення ні.

БАРІАТРІЯ

Найдовше рішення й найжорсткіші обмеження

Рішення дозріває місяцями, ціна питання висока, а ремаркетингу немає. Тому тут особливо важливо не намагатись «купити» пацієнта на першому кліку, а ловити пізню стадію — запити про конкретну методику, вартість, підготовку, лікаря. Ранні інформаційні запити в цьому напрямі найдорожчі й найгірше конвертують.

ЩО ВИРІШУЄ РЕЗУЛЬТАТ

Облік звернень, а не кліків

У медицині більшість звернень приходить не формою. Дзвінок, повідомлення в месенджер, запис через адміністратора — якщо цього немає в рекламному акаунті, кампанія за цифрами виглядає збитковою, і бюджет ріжуть саме там, де він насправді працює. Тому перед запуском ми доводимо облік до стану, коли видно всі типи звернень, а не лише заповнені форми.

І окремо — звірка з реальністю: скільки пацієнтів дійшло до консультації та до операції. Заявка й операція в хірургії — дуже різні події, і кампанія з дешевими заявками легко буває збитковою.

На нашому проєкті в медичній сфері ми звели рекламний акаунт із системою обліку звернень і довели точність атрибуції до 95% — стало видно, який саме запит приводить пацієнта, а не просто клік. Органічні звернення за той період зросли на 420%.

З БОКУ КЛІЄНТА

Що потрібно, щоб почати

Посилання на сайт — треба перевірити, чи проходять сторінки медичну модерацію і чи немає на них обіцянок результату.

Доступ до рекламного акаунта, якщо реклама вже запускалась, і чи були відмови модерації.

Як зараз рахуєте звернення — скільки дзвінків і повідомлень приходить, і чи фіксуються вони десь.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, реклама та аналітика під одним дахом — **від ідеї до продакшна й підтримки**. На ринку **з 2001**, 20+ років у digital, **20+ років сукупного досвіду команди**.

Архітектурний підхід, вимірюваний результат, повний контроль на стороні власника.

ПАРТНЕРСТВА ТА ВИЗНАННЯ

● Clutch · Top Agency Canada

● DesignRush · Best SEO

● G2 · High Performer

● Google Partner

● HubSpot Partner

● Cloudflare Partner

● Semrush Partner

● ISO 27001 Aligned

Портфоліо — webcorelab.com/case-studies →