

Почему стоматологический бизнес теряет клиентов без PR

Вы – эксперт в области стоматологии, у вас современная клиника и квалифицированные специалисты. Но почему-то пациенты выбирают конкурентов, а запись не загружена на 100%.

В современном мире недостаточно быть просто хорошим врачом. Важно быть видимым. Если ваш бренд не ассоциируется с надежностью и экспертностью, потенциальные клиенты не доверяют вам и идут туда, где о стоматологии говорят чаще и громче.

В этой статье разберем, как PR-продвижение помогает клиникам привлекать пациентов, увеличивать доход и формировать доверие. А также – разберем реальные кейсы, доказывающие эффективность грамотного PR.

Почему PR в стоматологической индустрии может не давать результата

Если вы уже пробовали продвигать клинику через PR – размещали статьи в СМИ, пытались продвинуть врача как эксперта, но это не дало результата, скорее всего, были допущены ошибки. Разбираем три ключевые проблемы, из-за которых PR в стоматологии может не работать.

Ошибка 1: Контент, который никого не цепляет

О стоматологии говорят много. Но если ваши материалы не вызывают эмоций, пациенты не запомнят вас. Истории успешного лечения, советы по уходу, развенчание мифов – вот что действительно вовлекает.

Ошибка 2: Клиника остается «безликой»

Если стоматология – это просто название, без реальных лиц врачей и историй пациентов, доверие к ней падает. PR помогает сделать клинику живой – через экспертные статьи, интервью с врачами и реальные истории клиентов.

Ошибка 3: Нет системного подхода

Разовое упоминание в СМИ – это хорошо, но не работает на долгосрочную перспективу. Чтобы PR давал результат, нужно выстраивать стратегию: регулярные публикации, экспертные комментарии, работа с репутацией.

Ошибки в PR-стратегии могут свести на нет все усилия. Узнайте, как избежать этих проблем и сделать PR действительно эффективным в статье [“Как сделать так, чтобы о вашем бренде писали бесплатно”](#).

PR-тренды в стоматологической сфере: что работает сегодня

Конкуренция среди стоматологических клиник растёт с каждым годом. Пациенты больше не выбирают врача только по совету знакомых — они ищут информацию в интернете, читают отзывы, следят за экспертами в социальных сетях. Клиника, которая активно работает над своей репутацией и присутствует в медиаполе, вызывает больше доверия и привлекает больше пациентов.

Какие PR-инструменты сегодня действительно работают и помогают клиникам выделяться? Рассмотрим ключевые тенденции, которые формируют будущее стоматологического бизнеса.

Тренд	Что делать?
Пациенты доверяют врачам, а не безликим клиникам. Медийность стоматологов усиливает доверие	– Развивать личные соцсети врачей, комментировать актуальные темы, публиковаться в СМИ – Запускать образовательный контент: статьи, вебинары, подкасты
Стоматологи с сильной медийностью могут устанавливать более высокие цены, так как публичность усиливает доверие	– Добиваться публикаций в авторитетных изданиях – Создавать инфоповоды, которые выделяют среди конкурентов
Публикации в СМИ не только увеличивают узнаваемость, но и улучшают позиции в поисковых системах. Это не просто имиджевая история, а обязательный инструмент роста. Подробнее рассказали в статье “Почему PR — это не роскошь, а необходимость для бизнеса”	– Добавлять ссылки на сайт в публикациях – Оптимизировать статьи под ключевые запросы
Контент должен быть полезным и эмоциональным. Клиенты выбирают клиники, которые вовлекают, а не просто продают услуги	– Делать экспертные разборы процедур: плюсы, минусы, показания – Публиковать истории пациентов («до/после», отзывы с фото)
Клиенты все чаще выбирают контент в формате коротких видео и аудиоразборов	– Запускать экспертные интервью и подкасты – Вести YouTube или Telegram-канал с разбором стоматологических кейсов

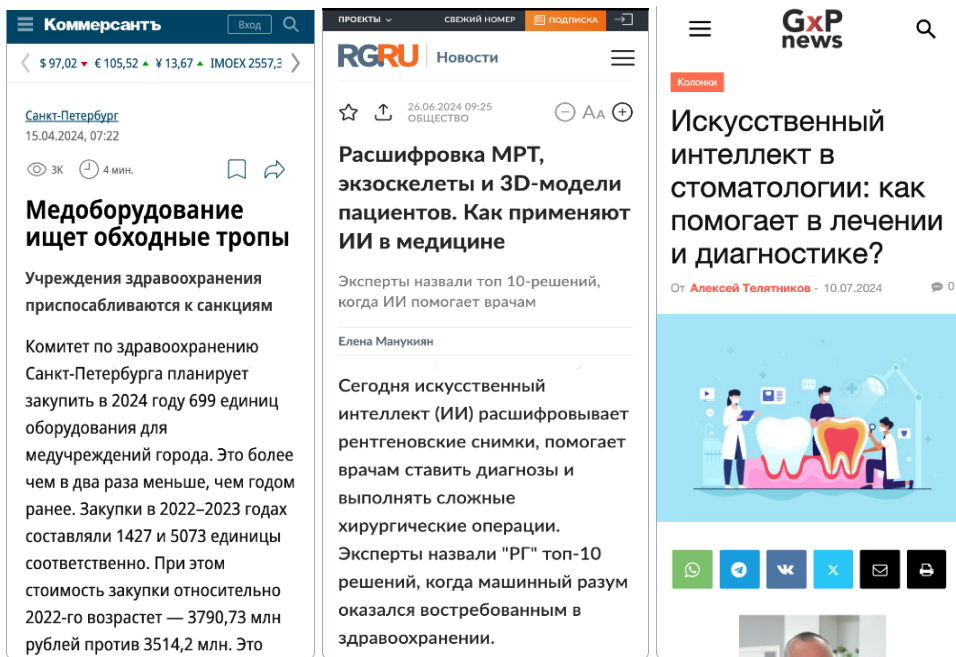
Как PR увеличивает доход — PR-кейс стоматологического бизнеса

Один из наших клиентов — частная стоматологическая клиника в Москве — столкнулся с проблемой высокой конкуренции и низкой узнаваемости. Несмотря на высокий уровень сервиса и квалификацию врачей, пациенты предпочитали более известные клиники.

Результат PR-кампании в стоматологической сфере

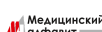
полученный одним из наших клиентов в стоматологической сфере после 6 месяцев работы по PR-сопровождению:

Проблемы	Решение	Результат
Клиника предлагала качественные услуги, но оставалась малоизвестной	Организованы публикации в топовых медицинских и деловых изданиях	Охват более 4 100 000 человек
Нестабильный поток клиентов, низкое количество записей на приемы	Развит личный бренд ведущих врачей клиники через экспертные публикации, интервью, PR-активности	162 подтвержденных целевых заявок из материалов в СМИ и блогах
Клиенты не доверяли бренду, так как не видели его в авторитетных источниках	Подготовлены экспертные статьи о передовых методах лечения, разбор популярных процедур	Количество брендовых запросов в поиске выросло на 43% (год к году)
Недостаточная узнаваемость, слабая вовлеченность аудитории	Упоминания в ключевых СМИ, активное продвижение через лидеров мнений и инфлюенсеров	Дополнительно 33 000 переходов на сайт (год к году)
Сложности с позиционированием и выходом на аудиторию премиум-сегмента	Усилена репутация клиники за счёт медийного присутствия, сотрудничества с известными врачами и создания эксклюзивного контента	Повышение среднего чека на 17%



Пример публикации в Коммерсантъ, RG.ru, GxP news нашего клиента на регулярном PR-сопровождении

Профильные издания для публикаций и PR-продвижения в стоматологической индустрии

Что вы получите от PR в стоматологической сфере

- **Публикации в топовых СМИ** — ваш бренд увидят тысячи потенциальных клиентов.
- **Рост доверия** — PR формирует репутацию, а репутация приводит клиентов
- **Выход на новую аудиторию** — вас начнут обсуждать, цитировать, репостить
- **Системный PR** — не просто разовые публикации, а выстроенная стратегия продвижения
- **Измеримые результаты** — рост трафика, заявок

Что делать, если нет времени на PR

Если у вас нет времени заниматься PR самостоятельно, это не значит, что о вас не должны узнать. Доверьте продвижение профессионалам – нашей команде PRPanda, и сосредоточьтесь на работе с клиентами. Узнайте, почему PR не обязательно должен быть дорогим и сложным процессом в [нашей статье](#).

Почему выбирают нас?

- Работаем с ведущими СМИ (Forbes, РБК, «Ведомости» и др.).



Коммерсантъ

- Запускаем PR-кампании под ключ – от инфоповодов до публикаций.
- Результаты уже через 30 дней – рост упоминаний, трафика и заявок.