

List referencyjny

Szpital Prywatny Pulsmed prowadzi przychodnię oraz leczenie zabiegowo-operacyjne wraz z hospitalizacją w zakresie bariatryki, okulistyki, chirurgii ogólnej, chirurgii plastycznej, urologii oraz szeregu innych specjalności.

W leczeniu operacyjnym proponujemy nowoczesne procedury i metody zabiegowe: laparoskopię, artroskopię, kriochirurgię, endoskopię zabiegową.

Nasze przywiązanie do jakości i sposób prowadzenia szpitala zobowiązują nas do współpracy wyłącznie z wysoko wykwalifikowanymi specjalistami, posiadającymi odpowiedni poziom doświadczenia oraz wiedzy w swojej profesji.

Takim partnerem okazał się SEMBOX, który w pełni profesjonalnie zajął się realizacją kampanii linków sponsorowanych dla naszego szpitala. Jakość prowadzonych działań zapewniła nam pozycję lidera w wynikach wyszukiwania, co zaprocentowało gronem nowych klientów zainteresowanych naszą ofertą.

dr Zbigniew Kowalczyk
Przes Zarządu
pulsmed® Spółka z o.o.

Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej
pulsmed® Sp. z o.o.
ZAKŁAD PRACY CHRONIONEJ
90-248 Łódź, ul. POW 26
tel. 042 633-32-75, fax 042 633-32-65
NIP 725-18-33-913, REGON 008068760

Case Study – Pulsmed WWW.pulsmed.com.pl

Klient: Szpital Prywatny Pulsmed - prowadzi przychodnię oraz leczenie zabiegowo-operacyjne wraz z hospitalizacją w zakresie bariatrii, okulistyki, chirurgii ogólnej, chirurgii plastycznej, urologii oraz szeregu innych specjalności.

Cel kampanii: Promocja usług Szpitala, zainteresowanie i pozyskanie nowych klientów

Zakres projektu:

- Przygotowanie koncepcji marketingowej wykorzystującej kampanię linków sponsorowanych
- Praca nad konstrukcją odpowiednich tekstów reklamowych skierowanych do grupy docelowej Klienta
- Analiza tematyki serwisu umożliwiająca skonstruowanie grup tematycznych, zawierających listy słów kluczowych
- Dopasowanie wydzielonych grup słów kluczowych do odpowiednich stron docelowych serwisu uwzględniając przy tym treść reklam
- Rozbudowa słownictwa kampanii, rozbudowa listy wykluczających fraz, monitoring skuteczności tekstów reklamowych
- Systematyczna praca nad stawką CPC [Kosztu za kliknięcie] zapewniająca osiągnięcie wyższych pozycji wyświetlania reklam, przy jednoczesnym spadku kosztu za kliknięcie
- Comiesięczne przygotowanie raportu podsumowującego skuteczność promocji serwisu poprzez kampanię linków sponsorowanych

Wyniki projektu:

- Podwyższenie pozycji / CTRów dla istniejącego zakresu słownictwa
- Przygotowanie 56 grup tematycznych, zawierających listy słów kluczowych złożonych z 1143 fraz oraz 287 tekstów reklamowych
- Eliminacja słownictwa z wysokim bounce rate i zerową konwersją

Kluczowe osiągnięcia kampanii

- Obniżenie CPC [Kosztu za kliknięcie] o 40%, w efekcie prac nad jakością kampanii


dr Zbigniew Kowalczyk
Prezes Zarządu
 Spółka z o.o.