

ЦИФРОВІ КАНАЛИ МАРКЕТИНГУ В МЕДИЦИНІ: НОВІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ

Рузакова О.В., к.е.н., доц.;¹ Мазур Г.М.²

^{1,2} Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова

^{1,2} Україна, Вінниця

^{1,2} olgarkv81@gmail.com

Анотація. *Стаття присвячена аналізу ефективності цифрових каналів маркетингу в сучасній медицині. Розглядаються основні інструменти та стратегії, які дозволяють медичним закладам залучати нових пацієнтів, підвищувати лояльність існуючих та покращувати загальний імідж. Проаналізовано переваги та виклики використання цифрового маркетингу в охороні здоров'я.*

Ключові слова: *цифровий маркетинг; медицина; маркетинг медичних послуг; SMM; SEO; контент-маркетинг; онлайн-репутація; веб-сайт; мобільні додатки; телемедицина.*

Вступна частина. Сучасна медицина все більше інтегрується в цифровий простір. Пацієнти активно використовують інтернет для пошуку інформації про захворювання, лікарів та клініки [1]. Це створює нові можливості для медичних закладів, які прагнуть залучати та утримувати пацієнтів.

Мета дослідження – проаналізувати ефективність різних цифрових каналів маркетингу в медицині, визначити їхні переваги та недоліки, а також розробити рекомендації для медичних закладів щодо ефективного використання цифрових інструментів.

Основна частина. Розглянемо основні цифрові канали маркетингу в медицині та їх складові:

1. Соціальні мережі (SMM) включають у себе таргетовану рекламу, що дозволяє точно визначити цільову аудиторію за віком, статтю, інтересами та географічним розташуванням; інтерактивний контент (вікторини, опитування, прямі ефіри з лікарями підвищують залученість аудиторії); коллаборації з інфлюенсерами (партнерство з лідерами думок у сфері здоров'я допомагає досягти ширшої аудиторії); менеджмент репутації (швидка реакція на відгуки пацієнтів дозволяє вирішувати проблеми та покращувати репутацію).

2. Пошукова оптимізація (SEO) об'єднує у собі локальне SEO (оптимізація сайту під запити користувачів за географічним розташуванням (наприклад, "лікар-терапевт у Києві"); SEO для відео (оптимізація відеоконтенту для пошукових систем (YouTube, Google) збільшує видимість); технічне SEO (оптимізація структури сайту, швидкості завантаження сторінок, мобільної версії).

3. Контент-маркетинг передбачає ведення блогу на сайті (регулярна публікація статей на медичні теми підвищує авторитет закладу); вебінари (онлайн-семінари на актуальні теми дозволяють залучати нових пацієнтів і навчати існуючих); кейси успішного лікування (розповіді про позитивний досвід пацієнтів підвищують довіру).

4. Email-маркетинг включає у себе автоматизацію email-розсилок (створення персоналізованих розсилок на основі поведінки користувачів); сегментацію бази (розподіл бази підписників на сегменти за інтересами, демографічними даними для більш релевантних пропозицій).

5. Мобільні додатки передбачають: онлайн-запис на прийом (зручний інструмент для пацієнтів, що дозволяє записатися на прийом в будь-який час); моніторинг здоров'я (додатки для відстеження фізичної активності, харчування, сну).

6. Телемедицина уособлює у собі відеоконсультації (онлайн-консультації з лікарем для вирішення нескладних проблем зі здоров'ям); дистанційну діагностику; моніторинг хронічних захворювань (регулярні онлайн-консультації для пацієнтів з хронічними захворюваннями) [2].

Нові цифрові підходи до просування медичних послуг відкривають низку переваг та викликів. Основними перевагами впровадження цифрових каналів маркетингу в медицині є: можливість створення індивідуальних пропозицій для кожного пацієнта; відкрита комунікація і надання корисної інформації підвищують довіру до медичного закладу; автоматизація рутинних завдань дозволяє медичному персоналу зосередитися на більш важливих питаннях; можливість відстежувати ефективність маркетингових кампаній і вносити необхідні корективи [3].

Розглянемо виклики сьогодення у сфері маркетингу, що пов'язані з розвитком інформаційних технологій:

- ✓ Необхідність дотримання законодавства про захист персональних даних.
- ✓ Дефіцит фахівців з цифрового маркетингу в медичній сфері.
- ✓ Необхідність постійного оновлення знань про нові тренди в цифровому маркетингу.
- ✓ Впровадження і підтримка цифрових маркетингових інструментів може бути дороговартісним [4].

Висновки. Цифровий маркетинг відіграє все більш важливу роль у просуванні медичних послуг. Завдяки правильно підібраним інструментам та стратегіям, медичні заклади можуть значно підвищити свою ефективність, залучити нових пацієнтів та зміцнити свою позицію на ринку. Однак, для досягнення успіху необхідно враховувати специфіку медичної галузі та постійно адаптуватися до змін цифрового ландшафту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] Rahman, A.N., & Pribadi, F. (2022). Effective marketing strategies in health services: systematic literature review. *Expert journal of marketing*, 10 (2). 73–84.
- [2] Saura, J.R. (2021). Using data sciences in digital marketing: framework, methods, and performance metrics. *Journal of innovation & knowledge*, 6 (2), 92–102.
- [3] Дибчук Л.В., Головчук Ю.О., Рузакова О.В. (2024). Використання цифрових технологій у маркетингу транспортних послуг. *Вісник економіки і промисловості (збірник науково-практичних статей)*, № 86, С. 196-209.
- [4] Azarova A., Azarova L., Krak I., Ruzakova O., Azarova V. (2024) Information system for assessing the level of human capital management», *Informatyka, Automatyka, Pomiar W Gospodarce I Ochronie Środowiska*, 14(3), 123–128.

Galyna Mazur, Yulia Prokhorova

Digital marketing channels in medicine: new approaches to the promotion of medical services

Abstract. This article explores the effectiveness of digital marketing channels in modern medicine. It examines the key tools and strategies that allow medical institutions to attract new patients, increase the loyalty of existing ones, and improve their overall image. The advantages and challenges of using digital marketing in healthcare are analyzed.

Keywords: digital marketing; medicine; healthcare marketing; SMM; SEO; content marketing; online reputation; website; mobile apps; telemedicine.