2023

SAĞLIK TURİZMİ AJANSI

FOTOĞRAF VE TASARIM

DentaVina Klinik · eon DENTAL · ALFA Dental Center · Dr. Hilal Selamet · alfa · DELTADİS · FLU'MEN DENT

fotografvetasarim.com

MER
HA
BA

WELCOME

Sağlık turizminde tecrübeli reklam ajansı olarak bu sunumda sizlere hasta turizmini geliştirmek ve sağlık kuruluşlarının yerli/yabancı hasta sayısını arttırmak için; neyi, nasıl, neden yaptığımızı anlatmaya çalışacağız.

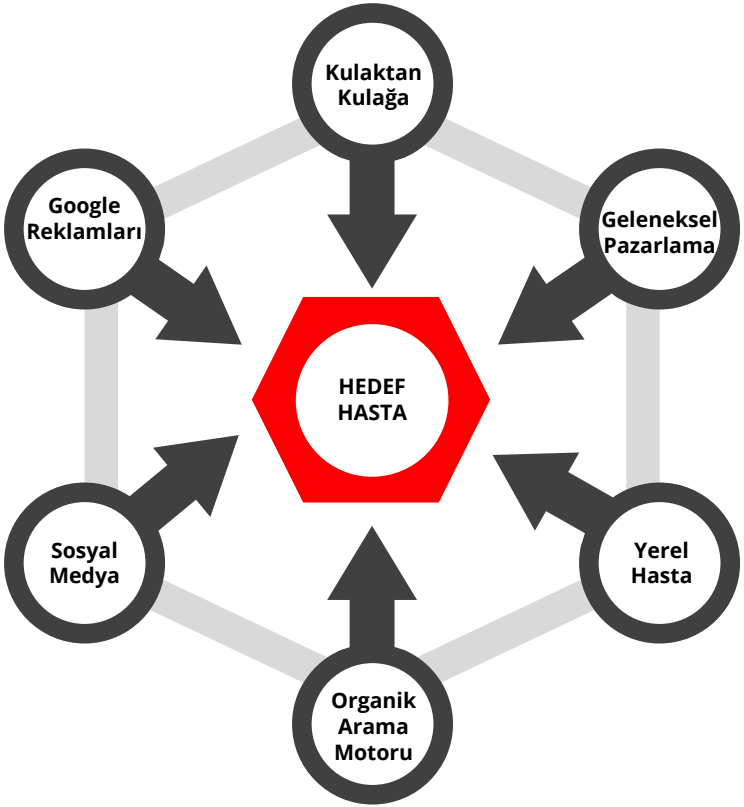
HASTAYA ERİŞİM

Tedaviye ihtiyaç duyan yerli ve yabancı hastaların, size ulaşmasını sağlayabilecek yalnızca 6 kanal var.

Bunlardan geleneksel pazarlama ve yerel hasta kanalları ile önceki hastalarınızın kulaktan kulağa referanslarından oluşan hedef kitle, günümüzde sağlık kuruluşlarının sayısının artması ile markanız için yeterli gelmeyebilir.

Bu durumda biz dijital kanallardan araştırma yapan doğru hedef kitleye, en uygun maliyetle ulaşmanızı sağlamak için çalışıyoruz. Ama yine de sağlık turizminin ve dijitalde sağlık kuruluşunuzu konumlandırmanın hatırı sayılır bir yatırım ihtiyacı var.

İnternet ağını dünyanın en büyük ve en işlek caddesi olarak düşünürsek, sizin de bu caddede bir hastane/klinik açıp, sayısız rakibin arasından sıyrılmanızı sağlamak için; sosyal medya, arama motoru ve Google reklamcılığı modellerini, verimli şekilde kullanmak tam da bizim işimiz.

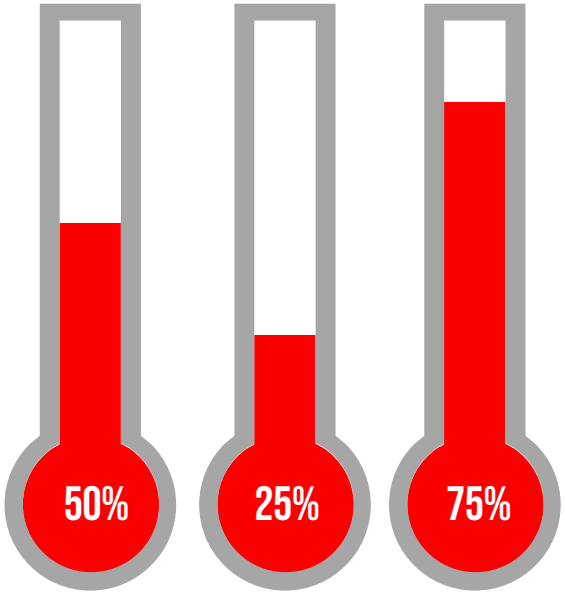


fotografvetasarim.com

TECRÜBE KONUŞUYOR

Dental turizm, saç ekimi, estetik turizmi, termal turizm, cerrahi operasyonlar gibi tüm alanlarda, hedeflenecek tüm ülke ve bölgeler, tüm stratejiler tarafımızca denendi!

Artık çöpe atacak 1 liramız bile yok ve deneyimlerimizi sizinle de paylaşmak, başarısı kanıtlanmış stratejilerimiz ile hasta sayınızı arttırmak için heyecanlanıyoruz.



3 KIRILMA NOKTASI

Kurumsallık, güven, bütçenin verimli kullanımı

Bu sunumda anlatılacak olan tüm strateji ve hizmetlerin 3 temel amacı var. Bu üç madde, sağlık kuruluşlarının hasta turizmine yaptıkları yatırımdan daha fazla kazandığını deneyimliyor, raporluyoruz.

- **Kurumsallık**

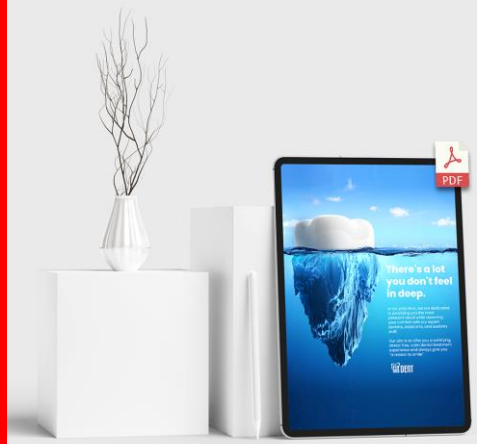
  Sağlık kuruluşunun kurumsal kimliği ve iletişim dili, fiyat ile değil, kalite ve marka algısı ile rekabet etmenizi sağlayacaktır.

- **Güven**

  Binlerce km. öteden gelip, sizlere canını emanet edecek hastaların elbette bazı kaygıları var. Kimle muhatap olup, nasıl karşılanacaklarını, hangi şartlarda tedavi olacaklarını bilmek, hatta görmek istiyorlar. Bu yüzden sağlık kuruluşumuzu, hekim ve personelimizi, dijitalde olabildiğince orijinal ve güncel fotoğrafları ile gözler önüne sermek gerekiyor.

- **Bütçenin Verimli Kullanımı**

  Hastaya güven sağlamak reklam bütçenizin verimli kullanımı konusuna da büyük katkı sağlıyor. Çünkü size güvenen ve hakkınızda fikir sahibi olarak size ulaşan hasta, tedavi için sizle anlaşma davranışına daha yakın bir psikolojiyle iletişime geçiyor. Bu da satış oranınızı arttırıyor. Fakat reklam bütçelerinizin çöpe gitmemesi için dikkat edilmesi gereken bir nokta daha var; sağlık turizmi tecrübesi. Dijital reklamlarınızı, medikal turizm alanında tecrübe sahibi bir ekip yönetmiyorsa, en iyi ihtimalle başlangıç bütçenizin çoğu ile deneme yanılma ile bölgeleri, hedef kitleleri öğrenmeye çalışacaktır.



İÇERİDE NELER VAR?

Fotografvetasarim.com

Bu kırılma noktalarında rakiplerinizi kırıp geçirmek için, biz neler yapıyoruz?

BÜTÇE PLANLAMASI

Çok şanslısınız ki, yine edindiğimiz tecrübeler ışığında, hangi ülkeden, hangi tedavinin hastasının, ortalama ne kadar ücret karşılığı sizinle iletişim kuracağının analizlerini bizler çoktan yaptık.

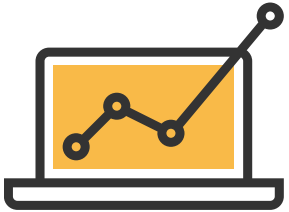
Böylece mevcut bütçenizden maksimum faydayı alabilmek için, nereye ne kadar ayırmanız gerektiğinin planlamasını birlikte yapıyoruz. Sadece planlama yapmakla kalmayıp, sizlere bu bütçeyle ortalama kaç hastaya ulaşacağımızın tahminlerini de sunuyoruz.

HEDEF TEDAVİLERİNİZ

Hangi tedavilerinizi pazarlamak istiyorsunuz? En yüksek kâr marjı hangilerinde?

EKİP ORGANİZASYONUNUZ

Çağrı merkeziniz ya da satış personeliniz günde kaç hasta ile ilgilenebilir? Hangi dillerde satış yapabilir?



TOPLAM BÜTÇENİZ

Aylık olarak ne kadar bütçe ayırabilir, bunu ne kadar esnetebilirsiniz?

Sağlık Turizmi

HEDEF KITLE DANIŞMANLIĞI

Harcadığımız milyonlarca Türk Lirası reklam bütçesi, markalarımıza hasta kazandırırken, bize de ülke/hedef kitle/ bölge tecrübesi olarak geri döndü. Herhangi bir reklam ajansı ya da ekip sizlere Google Ads ya da sosyal medya sponsorlu reklamları konusunda destek verebilir.

Fakat yalnızca sağlık turizmi tecrübesi olan ajanslar size hangi ülkeden, hangi tedavinin hastasının, ortalama ne kadar maliyetle geleceğinin raporunu paylaşabilir.

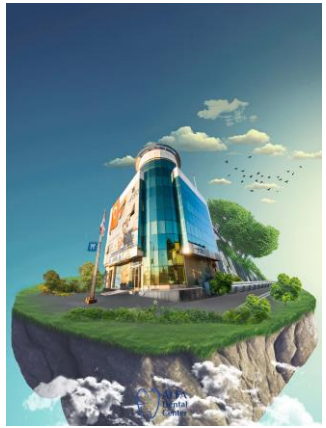
Örneğin; siz ezbere bir strateji ile *'Ben Amerika'daki hastaları hedeflemek istiyorum'* dediğinizde ajansınız size seve seve yardımcı olacak ve hemen bir reklam kampanyası oluşturmak için kolları sıvayacaktır. Fakat biz bu noktada *'Amerika'nın hemen altında Meksika gibi hem sağlık alanında güçlü, hem de daha yakın bir ülke varken, bu bölgedeki hastalar ülkemizi tercih etmiyor. Bütçenizi farklı bir coğrafi bölgeye harcamayı öneririz.'* şeklinde sizi kocaman bir bütçe israfından kurtarıyor olacağız.

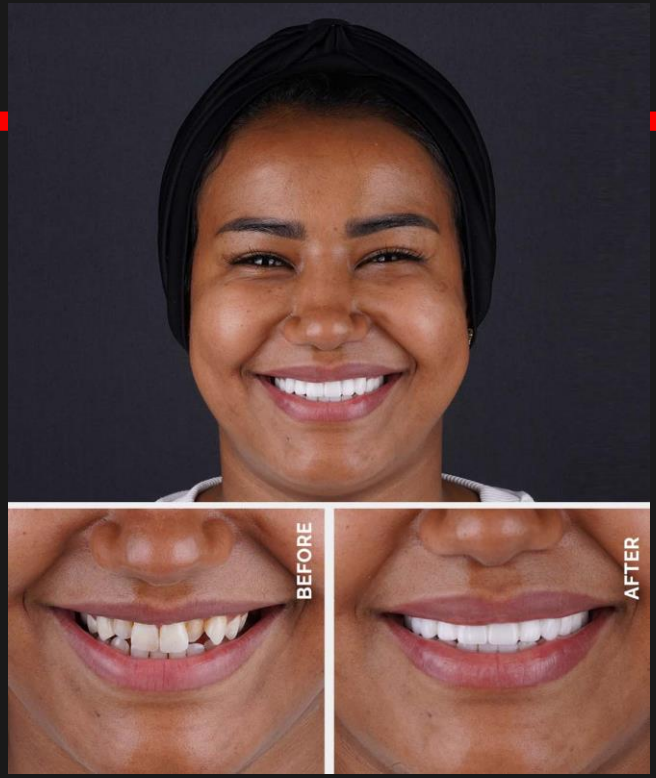
Sağlık Turizmi Odaklı

SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ

But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system,

and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example,





DENTAL FOTOĞRAFÇILIK EĞİTİMİ

Hastaları tedavi olmaya en çok ikna eden şeyin, öncesi-sonrası görselleri olduğunu biliyor muydunuz?

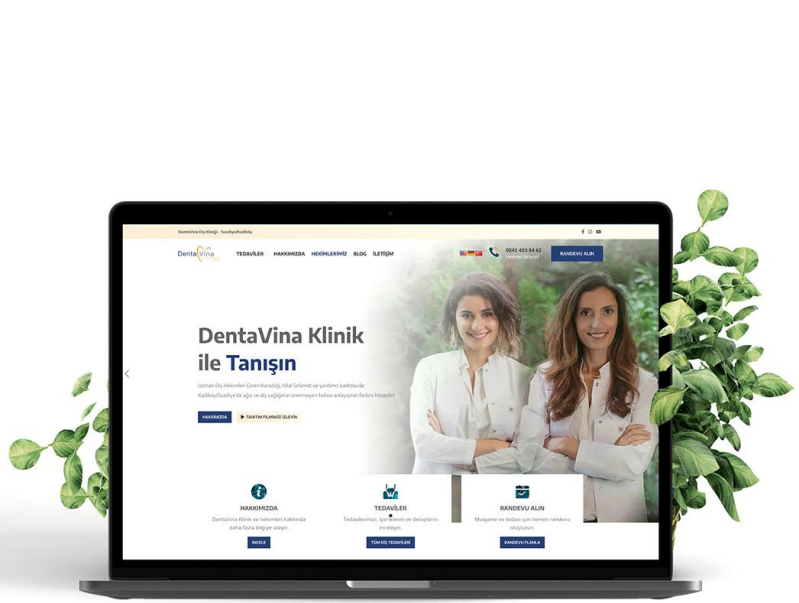
Bu konuda tercihinize göre ister aylık olarak çekimlerinizi üstleniyor, ister sizin gönderdiğiniz fotoğrafları tasarım dilinize uygun hale getirip paylaşıyor, isterseniz de çekimler ve ekipman ile ilgili sizlere eğitimler veriyoruz.

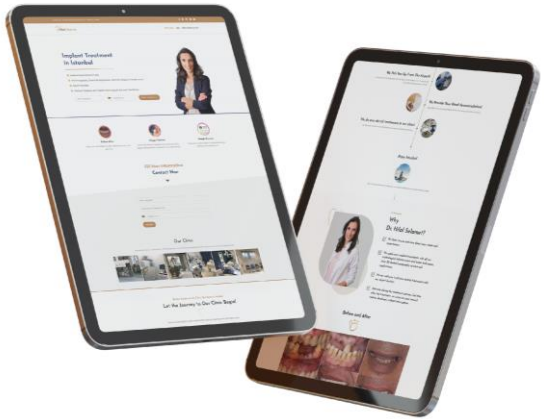
Sağlık Turizmi Odaklı

WEB TASARIM & YAZILIM

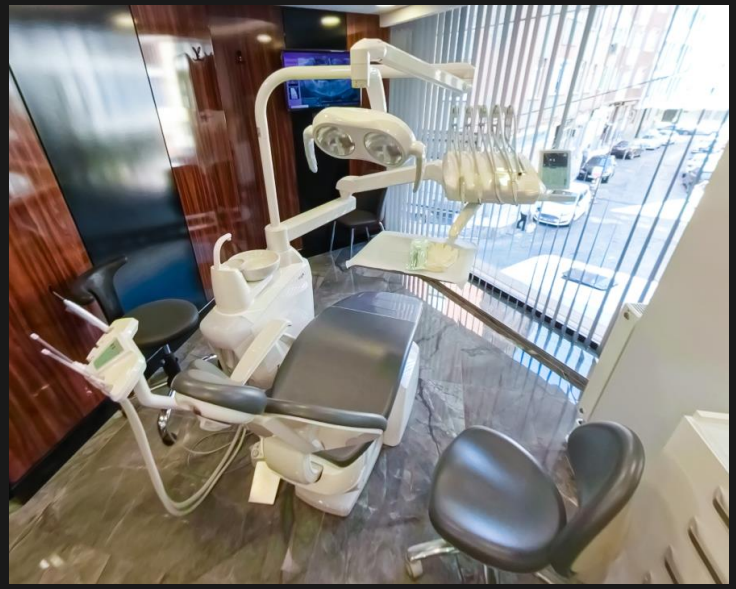
Hem **Sağlık Turizmi Yetki Belgenizi** almanız için yeterli gereksinimlere sahip olan, hem de mobil uyumluluk ve kullanıcı deneyimine odaklanan web siteleri tasarlamak, Google Ads reklam kampanyalarınızın verimli çalışması için önem arz ediyor.

İşimizi hem kullanıcıya, hem de arama motorlarına sevdirirken, hızdan ve hasta dönüşümü odağımızdan da ödün vermememiz gerek. Dijital pazarlama tekniklerine uygun olmayan, yetersiz ya da kurumsallıktan uzak bir web sitesi tasarlatmak, sağlık kuruluşlarının başlangıçta yaptığı **en büyük hatalardan biri** maalesef.





360 SANAL TUR



Sanal Turu İncelemek İçin Tıklayınız

Sanal Turu İncelemek İçin Tıklayınız

Hastaların oturdukları yerden klinik ya da hastanenizi gezerek, sizler hakkında bilgi sahibi olması, tedavi şartlarını 360 derece görüntülemesi amacıyla sunulan bu hizmetin, satış başarısını arttırdığı açıkça gözlemlenmiştir. Sanal turları incelemek için altlarındaki linklere tıklayabilirsiniz.

MİMARİ

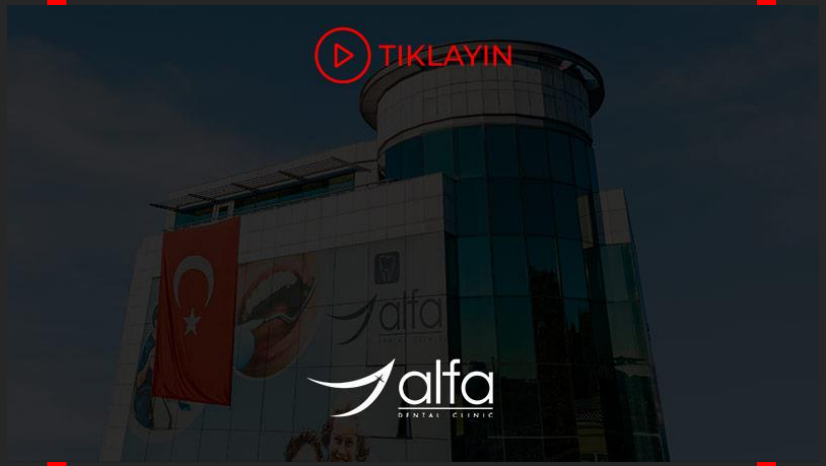
FOTOĞRAF ÇEKİMLERİ

Hastalara kim olduğunuzu, hangi şartlarda tedavi olacaklarını ve nasıl ağırlanacaklarını sergileyin.

MEDİCAL

TANITIM FİLMİ

Sağlık kuruluşunuzu ya da hasta transfer sürecini anlatmanın, geleneksel ama etkili bir başka yolu, tanıtım filmleridir. Aynı zamanda bu tanıtım filmlerini, sosyal medya sponsorlu reklamlarında bilinirlik kazanmak amacıyla kullanıyoruz.

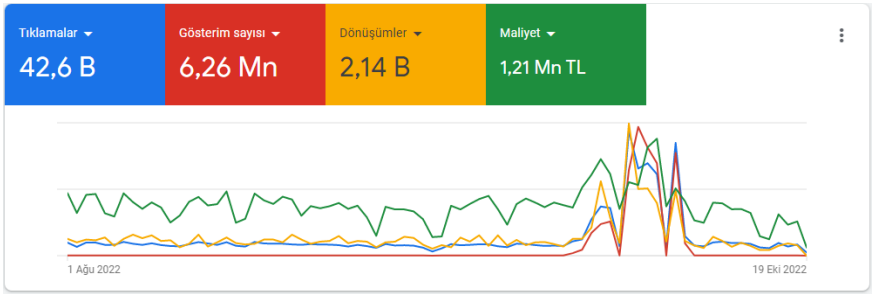


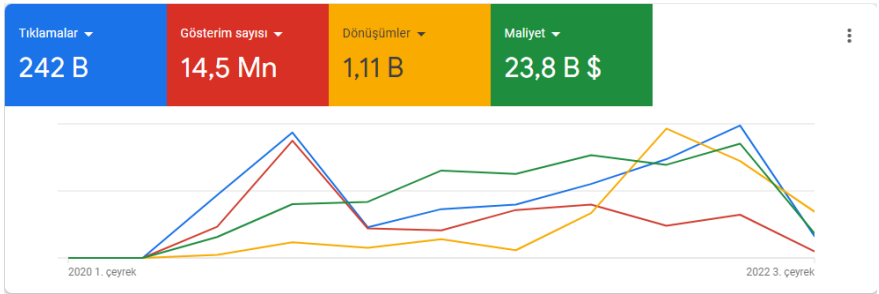
Sağlık turizmi odaklı

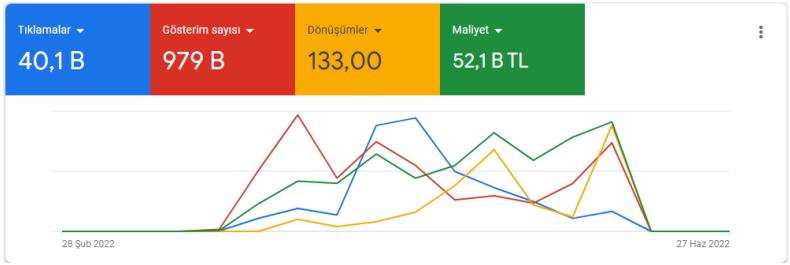
GOOGLE REKLAMCILIĞI

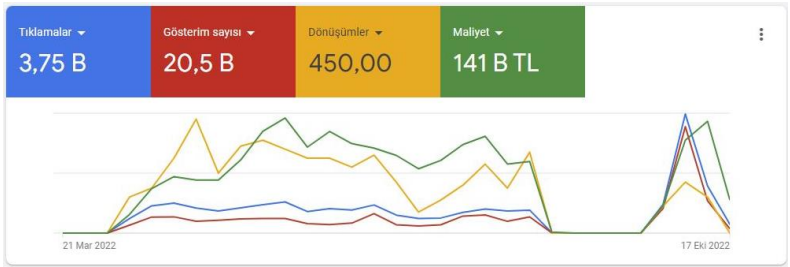
Aşağıda gerçek vakalardan raporlarımızı sizlerle paylaşıyoruz. Bu grafikleri okurken bazı metriklerin ne anlama geldiğini de açıklayalım:

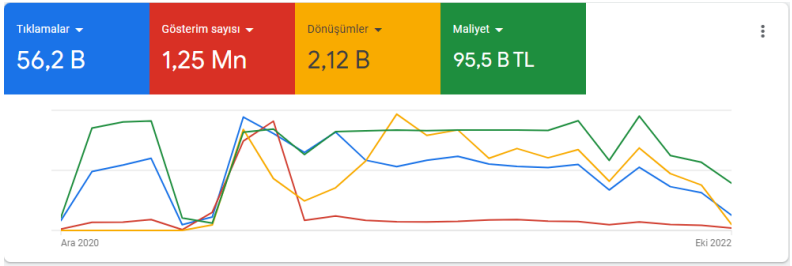
Tıklamalar: Reklamlarımıza tıklanma sayısı
Gösterim Sayısı: Reklamlarımızın arama yapan kullancılara gösterim sayısı
Dönüşümler: Reklamlarımıza tıklayıp, markamızla iletişime geçen, iletişim bilgisi bırakanların sayısı
Maliyet: Reklamlar için harcadığımız toplam bütçe









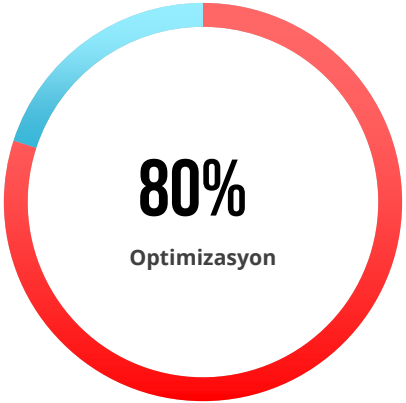


GOOGLE
REKLAMCILIĞI

3 farklı gerçek vakadan daha maliyet, tıklama ve dönüşüm sayısını içeren Google Ads grafikleri.

SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI

Dönemsel kampanyalarımızı duyurduğumuz ve markanıza bilinirlik katan sosyal medya sponsorlu reklamları, Google Ads reklamlarından sonra hastalara ulaşabileceğimiz bir başka pazaryeri.



01.

ÖNCE TASARLA

Doğru reklam kreatifini tasarlamak, mesajı ulaştırmak açısından önemli

02.

SONRA PAZARLA

Doğru kreatifler, doğru reklam kampanyaları ile pazarlanmalı ve minimum bütçeyle, maksimum dönüşüm alınmalı

ÖRNEK VAKA RAPORU

Diş Kliniği

Toplamda 14.535₺ reklam bütçesi harcayarak, kliniğin Instagram hesabına tam 1616 adet mesaj almışız. Yukarıdaki ekran görüntüsünde de görülebildiği üzere, diğer rakipler her bir mesaj için 14₺ ile 55₺ arasında bir ödeme yaparken, biz 9₺ mesaj başına ücret ödeyerek onları geride bırakmışız.

Her ne kadar sosyal medya reklamları uygun maliyete dönüşümler sağlasa da, tedavi olma kararı almış, araştırma sürecine girmiş hastaları, arama niyeti ile birlikte asıl hedefleyeceğimiz yer: Google reklamları. Sağlık sektöründe sosyal medya reklamlarını genelde dönemsel kampanyalar ve marka bilinirliği için kullanmalıyız.

1 YILDA
% 1200
BÜYÜME

"But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example,

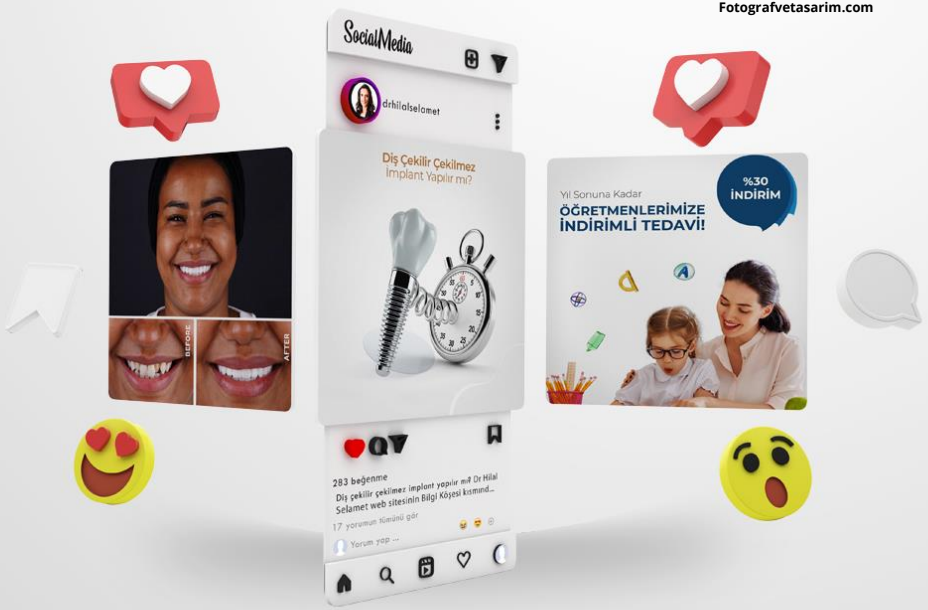
Sağlık Turizminde

SEO (ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU) DANIŞMANLIĞI

YARATICI EKİP ORGANİZASYONU

Ekibimizle yürütülen tüm çalışmalarda, fikirler ekip liderlerinin süzgecinden geçer; tasarımlar grafik tasarımcı, içerikler içerik yazarı, web siteleri web developer'lar, sosyal medya içerikleri ise sosyal medya uzmanlarının elinden çıkar. Kısacası burada herkes, işini yapar.

Fotografvetasarim.com



Süreç başında markanıza özel bir WhatsApp grubu kurularak;

- **Grafik Tasarım Uzmanı**
- **Web Developer**
- **Dijital Pazarlama Uzmanı**
- **Sosyal Medya Yöneticisi**
- **İçerik ve Reklam Yazarı**
- **Kreatif Direktör**

Atanacaktır.

6 ADIMDA SAĞLIK TURİZMİ

Sıfırdan bir sağlık kuruluşunun, medikal turizm sürecinin başlangıcı şu 6 adımdan oluşmaktadır:

Burada bulunan süreç sıfırdan kurulan bir sağlık kuruluşu için tüm adımları içermektedir. Belli bir dijital altyapıya ya da kurumsal kimliğe sahip olan markalar için yalnızca ihtiyaç duyduğu hizmetler teklif edilir.

ADIM 01

Marka Oluşturma & Konumlandırma

ADIM 02

Kurumsal Tasarımlar

ADIM 03

Fotoğraf, Video Prodüksiyonu

ADIM 04

Dijital Altyapı Hazırlıkları (Web, CRM vb.)

ADIM 05

Bütçe Planlaması & Hedef Kitle/Ülke/Bölge Seçimi

ADIM 06

Reklam Kampanyalarının Yönetimi & Raporlanması

Fotografvetasarim.com

MEDICAL BRANDING

- ✓ Marka Oluşturma
- ✓ Marka Konumlandırma
- ✓ Kurumsal Kimlik Tasarımı
- ✓ Web Tasarım
- ✓ Fotoğraf & Video & 360°
- ✓ Sosyal Medya Pazarlaması
- ✓ Google Ads Reklamcılığı
- ✓ Sağlık Turizmi Danışmanlığı

Teklif Alın

Fotografvetasarim.com

MEDICAL GROWTH

- ✓ Kurumsal Kimlik Geliştirmeleri
- ✓ Web Sitesi İyileştirmeleri
- ✓ Fotoğraf & Video & 360°
- ✓ Sosyal Medya Pazarlaması
- ✓ Google Ads Reklamcılığı
- ✓ Sağlık Turizmi Danışmanlığı

Teklif Alın

Fotografvetasarim.com

READY TO MARKETING

- ✓ Sosyal Medya Pazarlaması
- ✓ Google Ads Reklamcılığı
- ✓ Sağlık Turizmi Danışmanlığı

Teklif Alın

Şimdi iletişime geçerek ücretsiz marka analinizi talep edin. Markanızın güçlü ve zayıf yönleri ajans ekibi tarafından tespit edildikten sonra, yalnızca ihtiyacınız kadar hizmeti içeren, size özel bir fiyat teklifi alın.

fotografvetasarim.com