




# SYNEXUS CASE STUDY

 up & more



**Zaplanowany performance  
Nowa jakość leadów**



**Klient:** SYNEXUS

**Działania:** Online Performance



## **Wyzwanie**



### **SYNEXUS**

## **WSPÓLNIE W TROSCE O ZDROWIE**

**Centrum Medyczne Synexus** oferuje pacjentom bezpłatne badania kontrolne w ramach Akcji Promocji Zdrowia oraz możliwość udziału w **programach klinicznych** nowych leków i terapii. Priorytetem tych działań jest bezpieczeństwo, zdrowie oraz dobre samopoczucie wszystkich pacjentów.

Wyzwaniem dla Up&More było przeniesienie wartości Centrum do kontekstu online, **zaplanowanie działań performancowych**, zoptymalizowanie **jakości uzyskiwanych kontaktów** wraz ze wdrożeniem **pełnej analityki danych połączonej z CRM oraz Call Center**.



## Pomysł

Projekt rozpoczęliśmy dogłębną **analizą grup docelowych** oraz **bieżących badań** skierowanych do pacjentów. Na tej podstawie wyodrębniliśmy **profil klienta do poszczególnych badań** w każdej obsługiwanej lokalizacji.

Jednocześnie, przeprowadziliśmy audyt witryny **www.synexus.pl** po kątem optymalizacji (**SEO**) oraz **analityki**. Wprowadzone zostały zmiany służące zwiększeniu widoczności witryny w wynikach organicznych. Na stronę zaimplementowany został **Google Tag Manager**, który ułatwił pracę z kodami śledzącymi. Dzięki temu klient uzyskał informacje o:

- zgłoszeniach online na poszczególne badania
- ilości nowych zapisów do newslettera
- wysłanych opinii
- kliknięć w kluczowe elementy (mapa, jak dojechać, numer telefonu).

Praca z danymi online stała się przejrzysta i prosta dzięki **nowo zaprojektowanym raportom**. Powyższe działania uzupełniliśmy kampanią online.





## Realizacja

Pierwszym kanałem mediowym było wykorzystanie **Google AdWords**, zarówno w wynikach wyszukiwania jak i w sieci reklamowej.

W sieci reklamowej wykorzystano innowacyjne narzędzie **Google Display Keywords** w celu maksymalizacji konwersji. Sieć wyszukiwania podzielona została na poszczególne badania, wprowadzono **bieżącą optymalizację komunikacji dzięki wykorzystaniu technologii OPTMYZR™**, co zwiększyło wyniki jakości na koncie.

W kampanii wykorzystano **krótkie ankiety dopasowane kontekstowo do aktualnie przeglądanych treści (powiązanych z badaniami)**. Dzięki temu maksymalnie skróciliśmy ścieżkę użytkownika od treści do pozyskania danych. Wszystko odbyło się w dwóch, prostych krokach:

- zainteresowanie
- wysłanie danych.

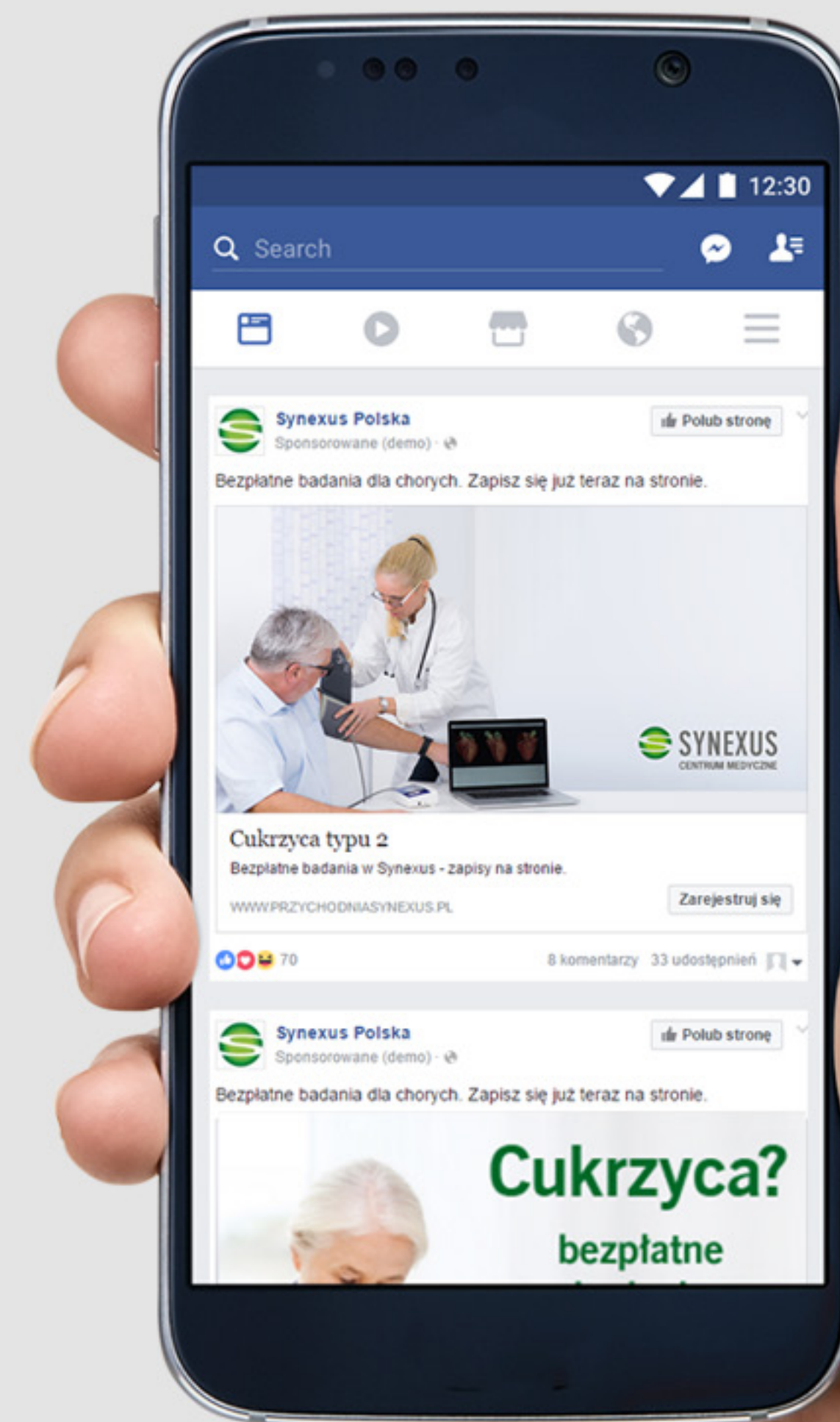




## Realizacja

Jednym z elementów kampanii online było pozyskiwanie zgłoszeń na badania z wykorzystaniem Facebooka.

Wykorzystaliśmy do tego **targetowanie geolokalizacyjne** oraz **ograniczenia wiekowe**, a kierowanie po „zainteresowaniach” pozwoliło nam dotrzeć do osób skojarzonych z daną jednostką chorobową. Zebrane dane **remarketingowe** (Custom Audience) pozwoliły nam lepiej sprofilować odbiorców oraz dotrzeć do „podobnych” dzięki narzędziu **Lookalike Audiences**.





## **Efekty**

**Ruch online na witrynę Synexus zwiększył się ponad 7-krotnie, do poziomu 11 000 użytkowników miesięcznie.**

**Liczba pozyskiwanych zapisów na badania z serwisu www wzrosła z kilkunastu/m-c do ponad 400/m-c!**

**Kluczowy współczynnik oceny działań marketingowych (Cost per Arrival/Koszt per wizyta pacjenta w placówce) zmalał ponad trzykrotnie.**

**Przebudowanie analityki oraz połączenie danych z CRM i Call Center pozwala na budowę przejrzystych raportów analizowanych na poziomie CPA.**





Zapraszamy do kontaktu:

**UP & MORE**

al. Krakowska 264  
02-210 Warszawa

telefon +48 22 18 81 464

mail: [hello@upmore.pl](mailto:hello@upmore.pl)