­­В. А. Намёткина

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор В. А. Ачкасова

Digital-коммуникациИ в сфере медицинских услуг

Digital-коммуникации – современный способ взаимодействия с потребителем через цифровые каналы продвижения. По данным, полученным на основании исследования, проведенного компанией MixResearch в 2016 году, 44% россиян покупают товары и знакомятся с услугами компаний через интернет и 70% из них совершают покупки и заказы со смартфонов (MixResearch. Анализ рынка интернет-торговли в России - март-июнь 2016//URL:http://mix-research.com/gotovye-dannye/35-nashi-issledovaniya/328-analiz-rynka-internet-torgovli-v-rossii-mart-iyun-2016.html)

Сегодня компании всех сфер деятельности для того, чтобы сохранить конкурентоспособность, стараются адаптировать процесс коммуникации с аудиторией под современные тенденции выбора и приобретения товаров или услуг.

По данным "РБК Исследования рынков" число россиян, предпочитающих лечиться в государственных клиниках, постоянно снижается. Если в 2015 году государственной медициной пользовались 79,4% опрошенных граждан, то в 2016-м — 76,6%.

Возрастающая популярность частных клиник вынуждает прибегать к новым способам коммуникации с потребителем.

Наиболее распространенные каналы цифрового продвижения, которые стоит развивать в сфере медицинских услуг:

• поисковое продвижение в системах Яндекс и Google;

• контекстная и тизерная реклама;

• продвижение в социальных медиа и блогах;

• создание мобильных приложений для смартфонов, планшетов и других носителей;

• вирусная реклама.