

**Лідія БРИЧКА**

здобувача освітньо-професійної програми  
«Менеджмент закладів охорони здоров'я», ЗУНУ  
Науковий керівник - д.е.н., професор кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ЗУНУ  
Тетяна ЖЕЛЮК

## **МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ КОНКУРЕНТНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я НА РИНКУ СТОМАТОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ**

У конкурентній боротьбі на ринку стоматологічних послуг перемагає стоматологія, яка враховує потреби цільової аудиторії. Компетентний керівник стоматології розуміє бажання своїх пацієнтів, зіставляє їх із можливостями та знаходить ресурси для задоволення цих потреб. Для вирішення таких завдань необхідні глибокі знання в сфері маркетингу стоматології.

Успішний маркетинг стоматології включає цілий комплекс заходів, який стосується як зовнішньої, так і внутрішньої діяльності клініки.

На нестабільному ринку стоматологічних послуг, що динамічно змінюється, ключовими факторами успіху маркетингу в стоматології є: системний аналіз конкурентів і потреб пацієнтів на кожному етапі впровадження маркетингового плану; своєчасне реагування на ситуацію і, при необхідності, коригування стоматологічної стратегії; індивідуальний підхід та вигідні унікальні торгові пропозиції; грамотна цінова політика та раціональна оптимізація прайс-листа.

Маркетинговий план стоматології повинен містити використання сучасних цифрових технологій: розміщення на Гугл картах і сайтах-агрегаторах; реєстрацію на стоматологічних порталах і профільних форумах; ведення лікарського каналу на YouTube; персоналізований Email-маркетинг та розсилку в месенджерах; внутрішні маркетингові заходи, роботу зі зворотним зв'язком [1].

Для масового залучення цільових відвідувачів необхідно використати контекстну рекламу. Цей вид онлайн-реклами в форматі текстових, медійних або товарних оголошень демонструється користувачам відповідно до змісту їх пошукових запитів і контексту інтернет-сторінок, які вони відвідують [1]. Це найшвидший та результативний метод просування стоматологічних послуг в Гугл. Правильне налаштування і продуманий текст рекламного оголошення направлять потік цільових користувачів на сайт стоматології та конвертують їх в реальних клієнтів. SEO-налаштування дозволить пошуковим роботам показувати сайт в топі видачі результатів.

Постійний органічний трафік підвищить кількість цільових дій на сайті (запис на консультацію, дзвінок).

Завдяки правильному налаштуванню контекстної реклами стоматології можна швидко отримати пацієнтів. Вже в перший день запуску рекламної кампанії відвідувачі зайдуть на сайт і запишуться на прийом. Інтернет-рекламу для стоматології можна налаштувати на певний район або радіус навколо клініки. Немає сенсу показувати рекламу людям на іншому кінці міста, де є інші стоматології. Виключення складають тільки унікальні послуги, заради яких пацієнти готові приїжджати з інших районів або міст. Контекстна реклама дає можливість гнучкого налаштування. Стоматологія – це високо конкурентна ніша, і тому рекламуватися в ній дорого. Чим вужче таргетинг, тим менше витрати рекламного бюджету й успішніше результат. Різні варіанти таргетинга дозволяють враховувати не лише геолокацію, але й стать, вік, інтереси пацієнта, особливості послуги.

В сучасних умовах нестабільного ринкового середовища важливо розробляти адаптивні маркетингові стратегії на засадах клієнтоорієнтованості, інноваційності (лікування лазером, імплантація зубної емалі, комп'ютерна анестезія, лікування під мікроскопом, плазмоліфтинг для укріплення кісткової тканини, зміцнення місцевого імунітету, вирішення проблем кровоточивості ясен, зменшення рухливості зубів [2]), які дозволяють стоматологічним закладам реагувати на зміни ринкового середовища, потреби споживачів, мінімізувати ризики та підтримувати конкурентні позиції впродовж тривалого періоду.

**Список використаних джерел:**

1. Маркетинг для стоматології. URL: <https://denta-list.com/marketing-dlya-stomatologiyi-faktori-uspihu/>
2. Сучасні технології в стоматології. URL: [https://varta1.com.ua/news/top-5-suchasnyh-tehnologij-v-stomatologiyi\\_193534.html](https://varta1.com.ua/news/top-5-suchasnyh-tehnologij-v-stomatologiyi_193534.html)

**Софія БРОВАРНА**

здобувачка освітньо-професійної програми  
«Менеджмент» ЗУНУ  
Науковий керівник – к.е.н., доцент  
кафедри менеджменту, публічного  
управління та персоналу ЗУНУ  
Любов ЗАСТАВНЮК

**РОЛЬ ІМІДЖУ МЕНЕДЖЕРА В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ**

Роль іміджу менеджера в процесі управління змінами полягає в тому, щоб забезпечити успішне впровадження змін і зберегти позитивний імідж організації серед зацікавлених сторін. Імідж