

CASE AHEAD

Operacja się powiodła,
czyli jak zwiększyliśmy
ruch organiczny o 713%
i średnią widoczność o 875%?





Wstęp

W kampanii realizowanej dla Unimedica stanęliśmy przed zadaniem **praktycznego stworzenia serwisu internetowego od podstaw**. Realizację tego zadania oparliśmy na gruntownym audycie, linkach z domen o wysokim ratingu, optymalizacji strony oraz użytecznych treściach contentowych – zbudowanych o zasady webwritingu. Taki zabieg okazał się skuteczny, o czym świadczą wypracowane przez nas wyniki: **wzrost ruchu organicznego o 713% oraz wzrost widoczności o 875%**.

| | | | |
|----------|-------------------------|------------------------|---|
| Medycyna | 01.09.2019 – 31.08.2020 | SEO, content marketing | https://unimedica.com.pl/ |
| Branża | Okres | Obszar | Serwis |

Wyzwanie

Unimedica to krakowskie specjalistyczne centrum medyczne, zrzeszające ponad stu specjalistów z blisko **czterdziestu różnych dziedzin medycyny**. Pacjenci, oprócz konsultacji lekarskich, najczęściej korzystają z szerokiej gamy wykonywanych w Centrum zabiegów: od badań krwi, przez USG i cytologię, po testy genetyczne i leczenie migreny botoksem.



Wyzwanie



W momencie nawiązania współpracy widoczność serwisu Unimedica.com.pl była znikoma. Niewielka liczba fraz, na które strona wyświetlała się w wynikach wyszukiwania, przekładała się na **niezauważalny ruch z kanałów organicznych**. Ponadto, audyt, który wykonaliśmy, był jednoznaczny: strona posiadała liczne błędy techniczne, contentowe i UX-owe, które **wymagały naszej natychmiastowej interwencji**.

Jednym z wyzwań, przed którymi stanęliśmy na początku współpracy, były nieangażujące, zduplikowane teksty na podstronach kate gorii. **Postanowiliśmy je odświeżyć** i wspólnie z działem Content Marketingu przygotowaliśmy unikalne i interesujące treści, które następnie były implementowane na stronie.



Cele

Tworząc strategię działania dla Unimedica oparliśmy się na następujących celach:



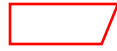
Wzrost widoczności w wyszukiwarkach internetowych – o 300% dla każdej z grup: top 3, top 10 i top 50 w ujęciu rok do roku.



Wzrost liczby sesji z kanału organicznego – do poziomu 25000 sesji w ciągu roku, co oznaczałoby około 275-procentowy wzrost.



Strategia



Nasz pomysł na poprawę wyników klienta opierał się przede wszystkim **na kompleksowej poprawie strony**: od wdrożeń optymalizacyjnych w zakresie błędów technicznych, przez przygotowanie i implementację wartościowych treści opartych o wysokie standardy webwritingu, po realizację strategii linkbuildingowej, opartej o odnośniki pozyskiwane z wartościowych domen.

Pierwszym zadaniem było przygotowanie audytu strony. Równocześnie, rozpoczęliśmy realizację strategii linkbuildingowej, co pozwoliło na wypracowanie **wzrostu widoczności od początku trwania współpracy**. W porozumieniu z Unimedicą zdecydowaliśmy się również na realizację strategii content marketingowej, polegającej na sukcesywnym dodawaniu wartościowych treści na stronę.

W naszej opinii branża medyczna wymaga specjalnego traktowania użytkowników, którzy – będąc pacjentami – **powierzają firmie więcej niż tylko pieniądze**. Dlatego zdecydowaliśmy, że w działaniach SEO będziemy budować wizerunek firmy godnej zaufania - nie tylko leczącej pacjentów, ale wychodzącej im naprzeciw w ich potrzebach.

W tym celu rekomendowaliśmy i nadzorowaliśmy tworzenie bloga, nazwanego *Poradnikiem Pacjenta* i opisywaliśmy poszczególne specjalizacje w taki sposób, aby były **jak najbardziej przydatne użytkownikom** i stanowiły dla nich bazę rzetelnej, medycznej wiedzy.

W ten sposób wypracowaliśmy wizerunek Centrum Medycznego, które **nie tylko leczy, ale też edukuje i opiekuje się** obecnymi i potencjalnymi Klientami-Pacjentami, również poprzez promocję profilaktyki.



Realizacja

Współpracę rozpoczęliśmy od przeprowadzenia gruntownego audytu, którego celem było wykazanie błędów oraz obszarów do poprawy w obrębie serwisu. **Standardowo zbadaliśmy bieżący ruch oraz widoczność** za pomocą narzędzi z systemu Google (Analytics, Search Console) i programów z agencyjnego toolsetu (m.in. Ahrefs, Senuto, Surfer SEO). Przy diagnozowaniu problemów posilkowaliśmy się różnymi narzędziami SEO oraz własnym doświadczeniem.

Bazując na tym dokumencie, sukcesywnie i w porozumieniu z klientem wdrażaliśmy zmiany, **jednocześnie budując profil linków** oparty o odnośniki pochodzące z domen o wysokim ratingu.

Działania SEO postanowiliśmy **wesprzeć strategią content marketingową**, ponieważ wartościowe treści pozytywnie wpływają na pozycje witryny w Google. Regularnie tworzyliśmy artykuły, które w założeniu miały być jak najbardziej użyteczne dla odwiedzających, jednocześnie spełniając pozostałe zasady webwritingu i **zawierać pożądane słowa kluczowe**. Gotowe teksty wzbogacały stronę, tworząc z niej rzetelne źródło wiedzy na tematy medyczne i zapewniając klientowi wysokie wzrosty widoczności w wyszukiwarkach.

Jednym z kluczowych działań była optymalizacja stron lekarzy i personelu medycznego, współpracujących z Unimedią. Nazwiska cenionych fachowców, pracujących dla naszego klienta, **są często wyszukiwane przez użytkowników**. Zależało nam, aby ten ruch kierować na nasz serwis, dlatego zadaliśmy o optymalizację stron poszczególnych specjalistów. W ten sposób nie tylko skierowaliśmy użytkowników na stronę naszego klienta, ale uczyniliśmy te podstrony źródłem informacji o medykach, którym pacjenci powierzają swoje zdrowie.

Istotnym elementem współpracy było **stałe wsparcie klienta** w bieżących działaniach w ramach regularnych konsultacji oraz dedykowanych szkoleń z zakresu SEO oraz content marketingu, prowadzonych przez naszych specjalistów. Dzięki nim klient rozumiał znaczenie podejmowanych działań i mógł świadomie brać udział w decyzjach dotyczących wprowadzanych zmian, a także wspierać kampanię swoimi pomysłami i spostrzeżeniami, jako że zna swój biznes najlepiej.



Efekty

Już pierwsze wypracowane przez nas wyniki współpracy pokazały, że przyjęta przez nas strategia jest tą właściwą. Z nieukrywanym zadowoleniem obserwowaliśmy, jak **wszystkie kluczowe wskaźniki regularnie rosły**. W ciągu roku nasze działania przekroczyły zdecydowanie zamierzone cele, które ostatecznie wyniosły (tylko w ruchu organicznym):



Wzrost ruchu organicznego (rok do roku) o 689%: 083 → 40136



Wzrost liczby nowych użytkowników (rok do roku) o 695%: 4912 → 39077



Wzrost liczby sesji (rok do roku) o 713%: 6634 → 53984 – wzrost o 713%



Podsumowanie



W ciągu dwunastu miesięcy zoptymalizowaliśmy stronę naszego klienta pod kątem technicznym i poprawiliśmy jej użyteczność, co pozwoliło nam osiągnąć założone cele w postaci **zwiększenia liczby fraz kluczowych wyświetlanych w wynikach Google oraz ruchu organicznego, notowanego przez serwis.**

Przykład współpracy z Unimedica potwierdza, że rzetelna optymalizacja strony z zakresu on-page, wspomagana przez content marketing i pozyskiwanie wartościowych linków prowadzi do wymiernych sukcesów. W przypadku naszego klienta były to wzrosty widoczności oraz generowanego ruchu organicznego od 619% (frazy top 10) aż do 1024% (frazy top 50). **I nadal pniemy się w górę!**

Jesteśmy agencją performance 360, specjalizującą się w cyfrowych kampaniach wielokanałowych. W naszej pracy wdrażamy niestandardowe strategie, zapewniając naszym klientom i partnerom biznesowym najbardziej efektywną synergię.





Potrzebujesz oferty?

Joanna Kasprzyk
Sales Director

+48 500 161 928
joanna.kasprzyk@semahead.pl

SEMAHEAD