Growth Strategy

績效成長策略顧問

診所數位行銷

目錄
CONTENTS

01 診所數位行銷

02 醫療廣告生態趨勢

03 醫療廣告行銷案例分享

04 Q&A

Growth Strategy
績效成長策略顧問

診所數位行銷

Growth Strategy
績效成長策略顧問

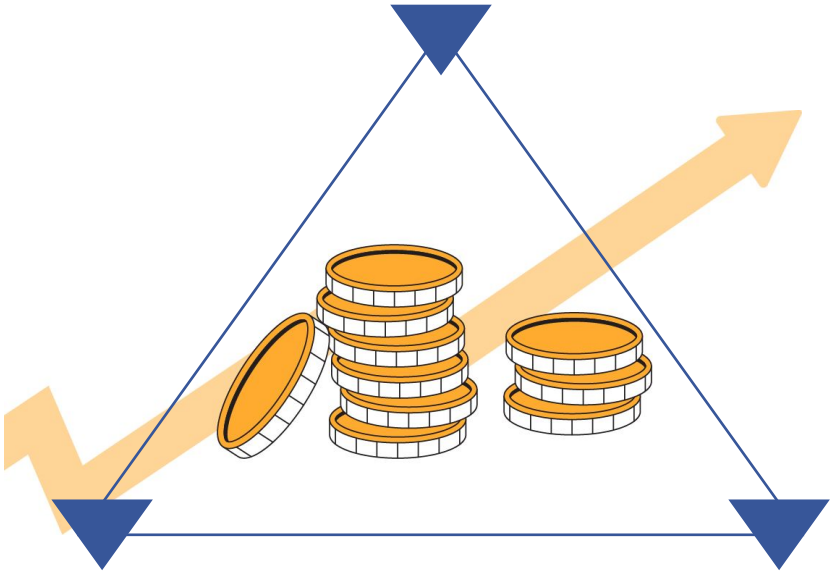
Part one

1

診所行銷績效核心

知名度(口碑)

透過聲量的累積來提升品牌信任感,
成為消費者心中首選。



詢問度(名單)

透過廣告操作提升進線詢問量,
獲取源源不絕的新客。

好感度(回購) ⟷ 醫病關係管理

面面俱到的療程體驗,
收穫客戶五星好評,及後續服務機會。

Growth Strategy
績效成長策略顧問

如何增進醫病關係？診所CRM管理

好感度(回購) ⟷ 醫病關係管理

預約及回診提醒:

- ✓ Line預約/回診提醒
- ✓ 拉近諮詢師與客戶的關係
- ✓ 全程專屬諮詢師, 信任感up

個案追蹤:

- ✓ 術後持續跟進與溝通
- ✓ 量身定制的術後照料建議
- ✓ 詳細的醫療教育和手術知識

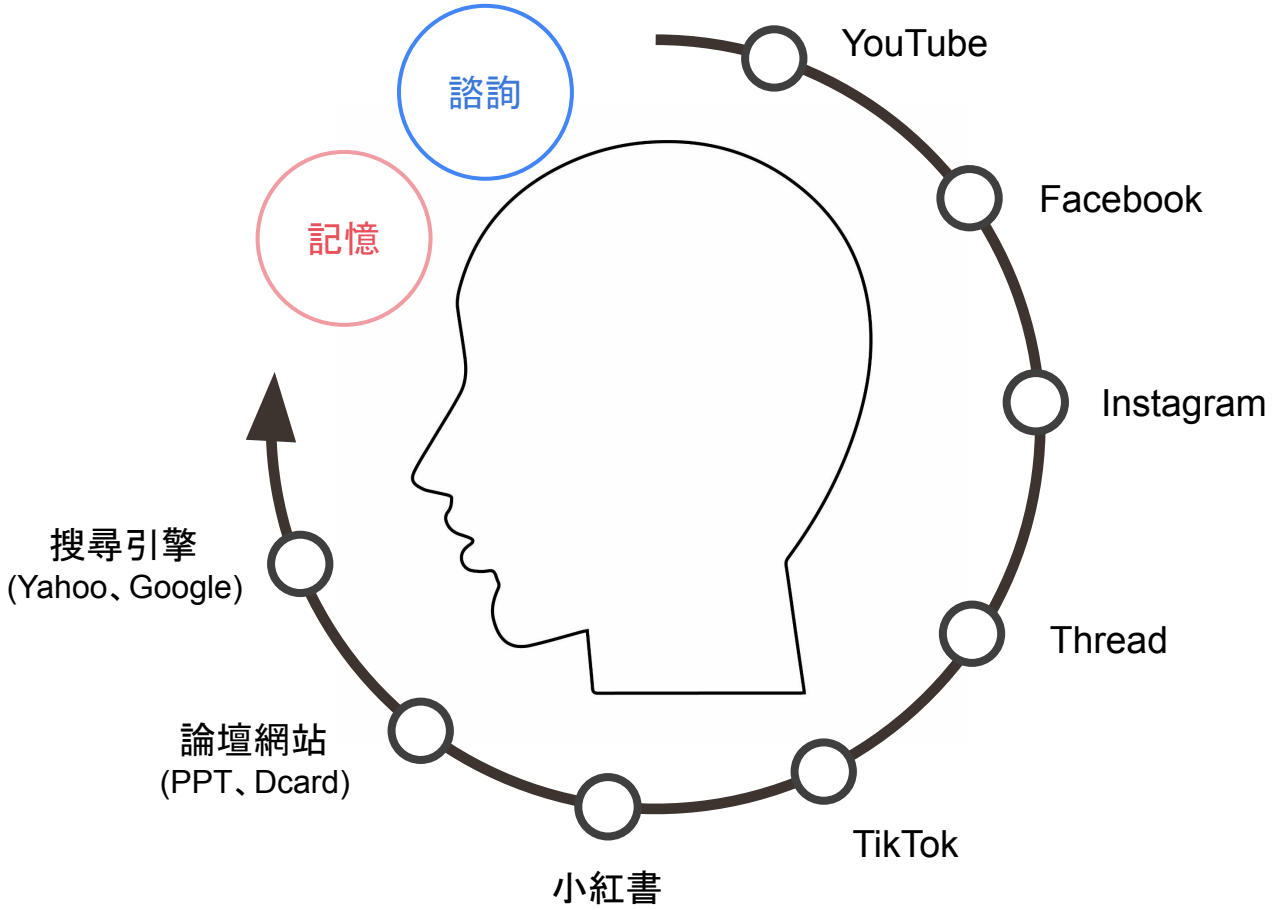
分眾名單:

- ✓ 針對不同群體進行分眾名單管理
  e.g. 健康狀況、家族病史
- ✓ 個性化的醫病溝通與服務
  e.g. 糖尿病患者的飲食建議

顧客標籤:

- ✓ 健康狀況標籤、療程標籤
- ✓ 服務偏好、醫療偏好
- ✓ 其他服務注意事項
  e.g. 怕痛、皮膚敏感

以消費者視角探討診所行銷



醫療廣告生態趨勢

Growth Strategy
績效成長策略顧問

Part two

2

媒體圈的生態分析

名單型廣告

優點
1. 著陸頁直接展開對話，流程順暢
2. 提升社群追蹤數，累積CRM資產

缺點
1. 未進站瀏覽資訊，溝通成本高
2. 仰賴廣告素材吸睛與功效強度

流量型廣告

優點
1. 著陸頁詳細說明，加深療程認知
2. 流量進站累積，可作為再行銷運用

缺點
1. 流程相對繁瑣，有跳離風險。
2. 跳轉站外網域，等待時間長。

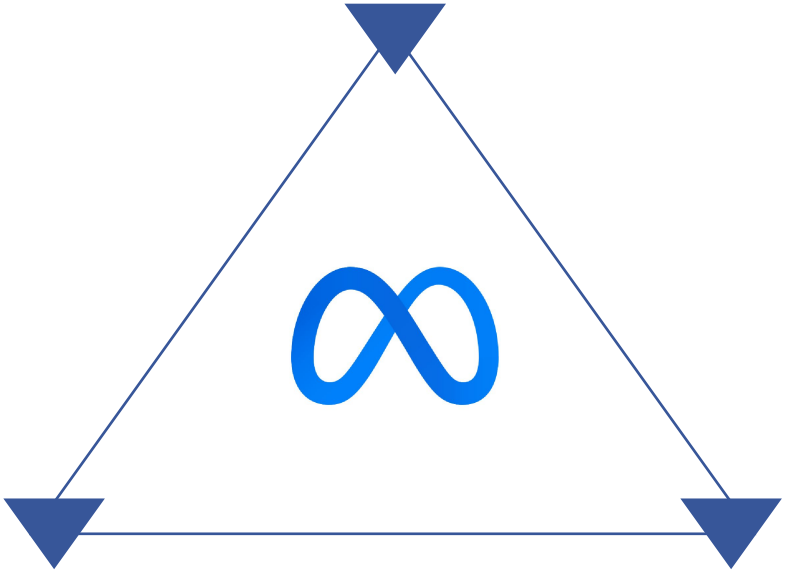
廣告優化流程

媒體別 → 廣告形式 → 療程項目 → 全名單成本 → 有效名單成本 → 預約名單成本 → 名單帶入營收 → 廣告投資報酬

素材製作

解決痛點

參考連結:https://www.facebook.com/ads/library



療程聚焦

參考連結:https://www.facebook.com/ads/library

Before / After ⟷ 短影音行銷

參考連結:https://www.facebook.com/ads/library

內容產出_日常影音(形象經營、廣告投放)

診所環境

參考連結:https://www.instagram.com

素□回饋

參考連結:https://www.instagram.com

診所開箱

參考連結:https://www.instagram.com

療程介紹

參考連結:https://www.instagram.com

新機開箱

參考連結:https://www.instagram.com

功效實測

參考連結:https://www.instagram.com

醫師/ 諮詢師分享

參考連結:https://www.instagram.com

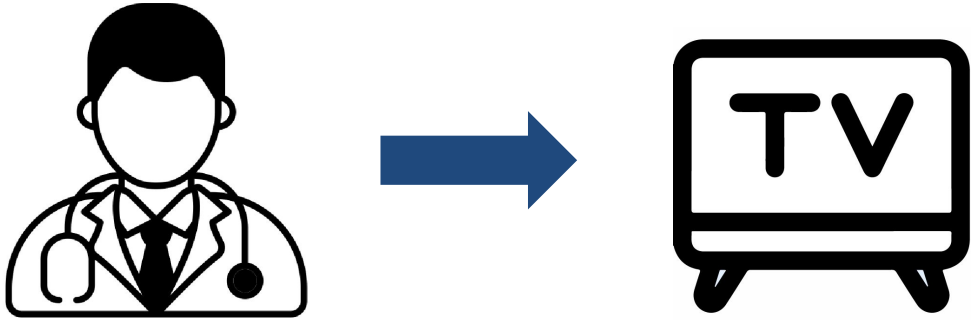
內容產出_頻道經營(專業累積、加深信賴)

YouTube

糖尿病臉部徵兆 :https://www.youtube.com
50歲中下臉拉皮 :https://www.youtube.com

- **建立專業形象與信任度** :分享專業知識、手術案例、患者故事等，建立民眾對醫師專業能力的肯定與信心
- **加強與患者的互動** :影片留言區問答、直播 Q&A等，增進醫師與潛在病患的交流，拉近醫師與病患間的關係
- **教育與科普** :影片解說治療過程和風險，減少患者對醫療程序的疑慮，從而吸引更多患者進行諮詢或治療

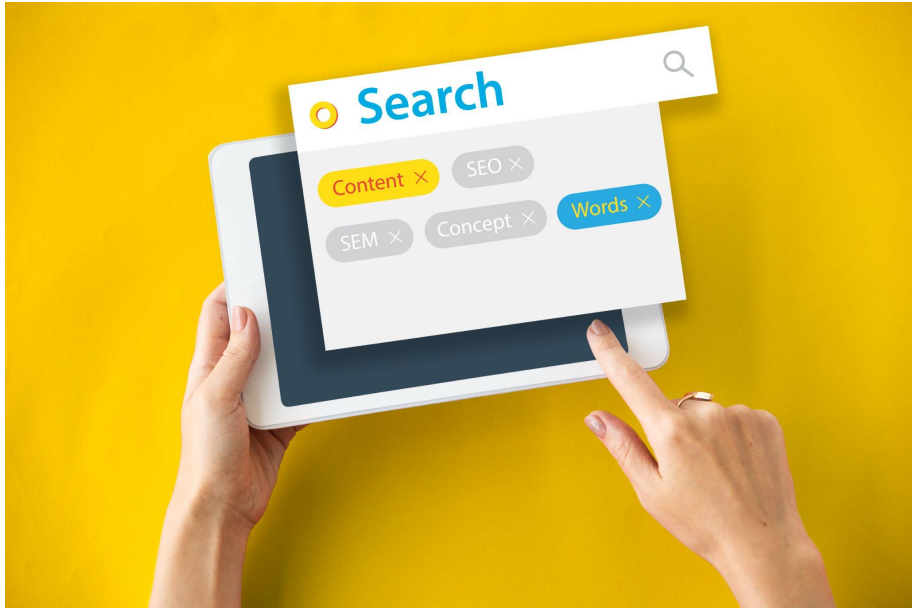
媒體公關_節目露出(品牌信任、貴婦行銷)



參考連結:https://www.google.com/search

- **經由媒體節目，讓醫師以公眾人物的形象配合藝人見證提高民眾對品牌的信任**
- **透過＂曾上過知名節目的醫師為你親自操刀＂能提高貴婦的看診意願**

SEO內文撰寫 / 自然排序優化



參考連結:https://www.google.com/search?

- **提升品牌權威性與信任度**:診所網站出現在搜尋結果的前幾名，會更容易讓患者建立信任感，認為診所專業且受信賴
- **改善病患體驗與互動**:SEO會優化網站結構和內容，使病患瀏覽診所網站時能輕鬆找到資訊，提升病患滿意度和轉換率
- **降低廣告成本**:SEO是自然搜尋結果，長期下來能降低引流成本，並持續帶來穩定的線上流量和病患來源
- **本地SEO吸引附近病患**:透過本地關鍵字、優化Google商家、獲取正面評價，可以吸引當地的潛在客戶

  如:在附近搜尋「台北微整診所」，優化過的診所將優先出現在搜尋結果中。

PR_Google 商家評論管理

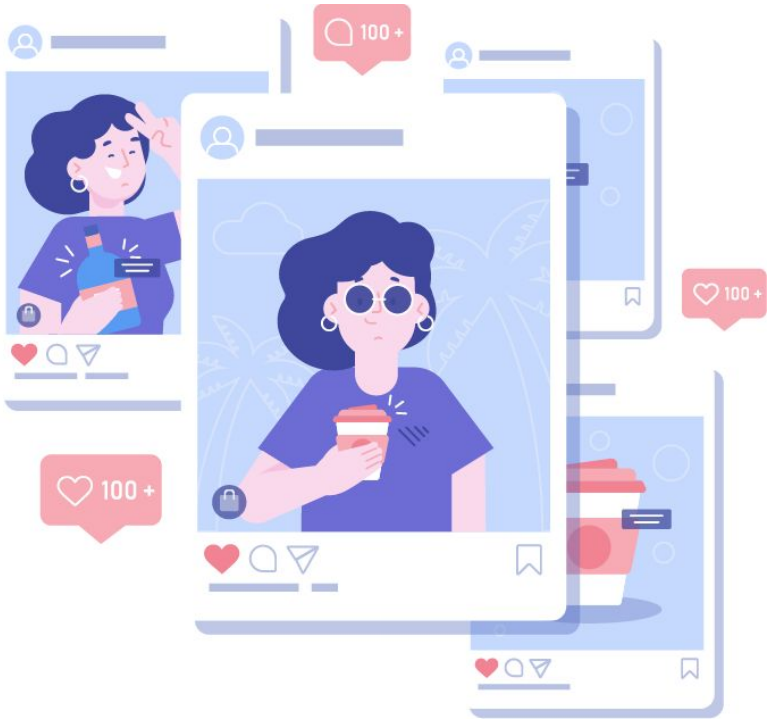
- 累積好評
- 好評回覆
- 客訴處理

參考連結:https://www.google.com/search?sca_esv

- 近年醫療 產業趨漸電商化, 多數用 戶會將評價與其他資訊進行交叉比對, 以幫助他們做出最終決定
- 評價對消費者的影響力, 在於 產品對消費者的深入程度, 如:流水線 產品、一般看診等, 評價便不會成為患者的首要影響條件

PR_Dcard / PTT口碑論壇

PR_KOL探店體驗



診所環境

參考連結 :https://www.instagram.com

諮詢過程

參考連結 :https://www.instagram.com

療程過程

參考連結 :https://www.instagram.com

效果展□

參考連結 :https://www.instagram.com

順敘 / 倒敘法

參考連結 :https://www.instagram.com

國際醫療行銷比較－以臺韓醫美診所舉例

技術與服務的差異

韓國

接受度高

市場擴大、價格降低

臺灣

接受度較低

微整形、非侵入式醫療

臺灣

- ✓ 技術層面：擅長 微整形 與抗衰老療程
- ✓ 服務特點：客製化方案，重視術後跟蹤
- ✓ 主要客群：中高年齡層的 中高收入群體

韓國

- ✓ 技術層面：擅長 整形手術（如雙眼皮、鼻整形）
- ✓ 服務特點：快速、量產化服務、一站式服務，含接待、翻譯、術後護理
- ✓ 主要客群：青壯年年輕女性、 國際醫療旅遊客、明星及公眾人物

國際行銷策略

臺灣

- ✓ 行銷主軸: 專業形象與口碑行銷
- ✓ 行銷手段: 數位行銷 (Google Ads、SEO等)
- ✓ 主要市場: 東南亞、中國、臺灣、香港、澳門

參考連結 :https://www.google.com/search?

韓國

- ✓ 行銷主軸: 韓流文化 (明星代言、真人秀)
- ✓ 行銷手段:社交媒體(Instagram、YouTube等)
- ✓ 主要市場: 中國、日本、俄羅斯、東南亞

參考連結 :https://www.lexcellence.com.tw

市場拓展方式

臺灣

- ✓ 與**國際醫療旅遊業者** 合作推動
- ✓ 參與國際 **醫療旅遊展覽**，拓展市場
- ✓ 針對國際客戶提供**個性化醫療包**

赴台灣觀光醫療整形 :https://www.bishopclinic.com.tw

台灣美容外科醫學會 :https://www.ctee.com.tw/news

韓國

- ✓ 通過全球設立分公司及 **市場代理**
- ✓ 提供針對國際顧客的 **一站式醫療旅遊服務**
- ✓ **限時優惠** 與**國際促銷活動** 吸引全球客戶

醫療韓國 :https://miraclemedi.gangseo.seoul.kr

首爾醫美項目優惠 :https://creatrip.com/blog/14364

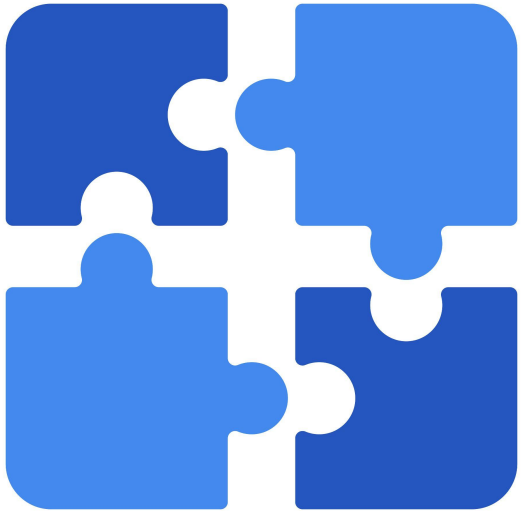
醫療行銷廣告案例

3

Growth Strategy
績效成長策略顧問

Part three

廣告執行與優化



- **產品**

依產業及用途，每個 產品擁有不同的受眾及市場定位

- **成交**

依"成交名單"中客戶的類型，歸納出客戶輪廓、年齡、職業、需求

- **素材**

將素材區分成訴求類型、產品類型等，進行廣發測試，找到最吸引受眾的素材

- **客服**

以良好的態度主動介紹 產品服務，並建立客戶標籤，持續更催案子

成效型 & 品牌型牙醫行銷

成效型牙醫行銷

透過成效型廣告最大化預約名單數量

品牌理念與產品簡介

- ✓ 以透明醫療與平價植牙來提升醫療可及性
- ✓ 嚴格遵循國際標準, 頂級的醫療服務。
- ✓ 患者治療前應充分了解所有費用細節

全口重建
低於市價金額24%

3M全瓷牙冠貼片
嚴格遵循國際標準

平價植牙
嚴選國際植體的植牙服務

面臨障礙&執行策略

客戶痛點

1. 初期自行投放廣告，但因 產業競爭激烈，**難以鎖定受眾**
2. **素材設計缺乏吸引力**，導致客戶對於廣告成效並不滿意

整體	Q05	W12	E07	R05
CPC	$8	$9	$8	$14
ALL名單數	236	3100	710	65
ALL CPL	$455	$315	$335	$428
有效名單數	66	470	50	14
有效CPL	$1,627	$2,078	$4,757	$1,987
預約名單數	10	150	20	8
預約CPL	$10,738	$6,510	$11,893	$3,478

花費	ALL名單數	ALL 成本	預約名單數	預約成本
$81,200	250	$325	20	$4,060
$133,024	500	$266	45	$2,956
$158,194	450	$352	55	$2,876
$106,364	360	$295	50	$2,127
$99,524	315	$316	50	$1,990

AI私訊優化

調整為會針對素材進行不同問答
例如:植牙素材➡詢問顧客缺幾顆牙齒

廣告投放優化

✔ 斷點拆分優化
✔ 素材分析比較
✔ 評估受眾差異

合作成效

ALL名單成本: $800-$1,000
診所預約名單:$5,000-$8,000

Growth Strategy
績效成長策略顧問

GS成功案例分享: 牙醫產業品牌型案例一透過品牌塑造讓你的牙醫診所 脫穎而出

品牌型牙醫行銷

塑造醫師品牌－創建醫師個人 IP

品牌理念與產品簡介

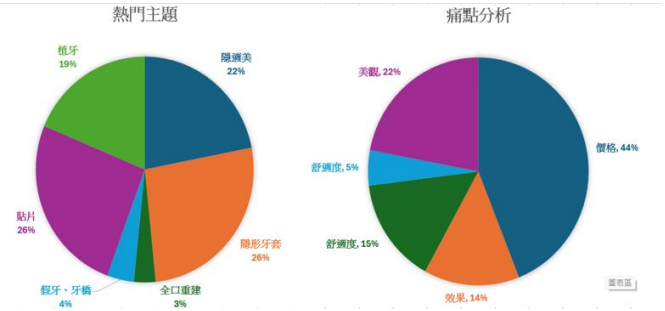
- ✓ 著名隱適美權威醫師的牙醫診所
- ✓ 提供專業且客製化的隱適美 產品
- ✓ 致力於幫助每位患者實現完美笑容

面臨障礙&執行策略

客戶痛點

1. 初期使用私訊廣告，無法有效吸引高單價客 戶
2. 以影音配合 醫師形象行銷，提升品牌知名度與信任度
3. 重新規劃 Youtube及Reels影片，提升品牌影響力

整體	Q05	W12	E07	R05
CPC	$8	$9	$8	$14
ALL名單數	236	3100	710	65
ALL CPL	$455	$315	$335	$428
有效名單數	66	470	50	14
有效CPL	$1,627	$2,078	$4,757	$1,987
預約名單數	10	150	20	8
預約CPL	$10,738	$6,510	$11,893	$3,478



月份	CPV	CPC
10月	0.72	29.05
11月	0.58	18.7
12月	0.33	16.6
1月	0.21	18.21
2月	0.17	14.2
3月	0.19	12.38

廣告投放優化

- ✔ 擴張－大範圍的知識性主題
- ✔ 深入－以QA問答引起興趣
- ✔ 提升曝光度 －以大量曝光壓低CPV
- ✔ 抓住受眾群－鞏固固有受眾並吸引新客

過往的數據分析

- ✔ 分析出目前的熱門主題
- ✔ 數據分析出多數人最在意治療效果
- ✔ 影片切角上以介紹產品和QA為主，並透過治療前後對比及成果進行展示輔助

廣告投放優化

- ✔ 通常牙醫相關影便平均觀看成本(CPV)落在1
- ✔ 合作後平均價格都落在0.8以下
- ✔ 下降73.6%，且相較其他牙醫的平均觀看成本(CPV)低76.2%

Growth Strategy
績效成長策略顧問

GS成功案例分享: 牙醫產業成效型案例－透過成效型廣告最大化預約名單數量

高價位 vs 低價位醫美行銷

品牌定位&技術差異

	高價位醫美	低價位醫美
品牌定位	奢華、專業、獨特性	性價比，價格實惠
技術差異	專家背書，強調美感、安全性與效果	流水線醫療，強調高 CP值、快速見效
專業形象	醫師經驗和專業背景，強化品牌可信度	穩定、可靠，訴求親民形象
主要客群	中高收入客群	大眾市場
舉例	高檔材料、國際認證技術、名人推薦	促銷、折扣、套餐優惠

廣告策略

高價位醫美：

如何建立病患信任度？出自對醫師信任度與作品期望的高客單預約名單

品牌塑造型廣告，使用情感共鳴，強調高端生活方式。
舉例：高品質影像廣告、長期品牌推廣。

低價位醫美：

標準化療程怎麼留住客 戶? 如何管理病人反饋、提供心理支持和情感關懷

短影片＆促銷型廣告，注重短期轉化，強調限時優惠。
☆消費者回購率以及依賴強度多綁在美容師身上

侵入式醫美

強調安全性、專業技術、效果保障和術後護理

微整形/非侵入式療程

強調效果與安全性、專業醫生推薦，推廣限時折扣或套餐優惠，鼓勵即時預約

VIP診療

強調服務的獨特性和高端形象，使用高品質的視覺 內容

皮膚護理

提供教育內容，分享護膚知識，幫助消費者了解產品的作用和使用方法，使用 優惠券或護膚產品套裝優惠

20年老牌生殖中心

如何透過品牌行銷找到新的潛在需求者

20年老牌生殖中心

自然口碑行銷

SEO搜尋引擎優化

- ✓ 品牌成立逾二十年, 業界老牌生殖中心
- ✓ 未曾做過數位行銷, 導致網上 查無資料
- ✓ 通過SEO行銷, 建立品牌基本架構
- ✓ 原先自然口碑 +SEO流量發掘新的潛在需求者

Q&A

Growth Strategy
績效成長策略顧問

宥豪數位行銷

Growth Strategy

Mail：gsteam@inboundmarketing.tw

Tel：(02)2521-8299

台北市中山區中山北路三段32號2樓