

知己知彼 效果为先

医疗行业 竞争分析案例



A 客户

背景

地区行业地位：前三

主营业务：主打妇产科的高端私立医院

优势：通过长期多途径的广告宣传，以及一流的医师、设施和服务，树立了良好的品牌和口碑。

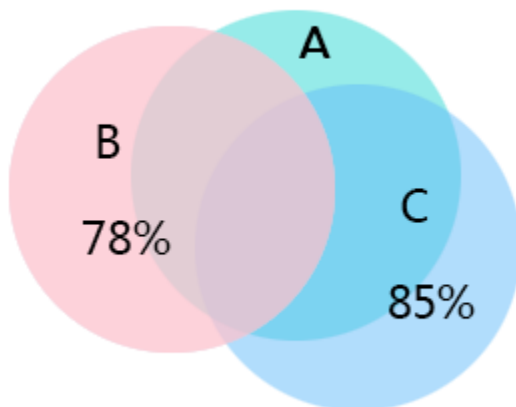
面临的问题

进入盈利考核期后，成本需要控制，主要对手的投放情况不清楚。

行业竞争激烈，各排位激烈度相对平均，左侧前三相对稳定（主要在 A 客户、B 客户、C 客户之间变化。）

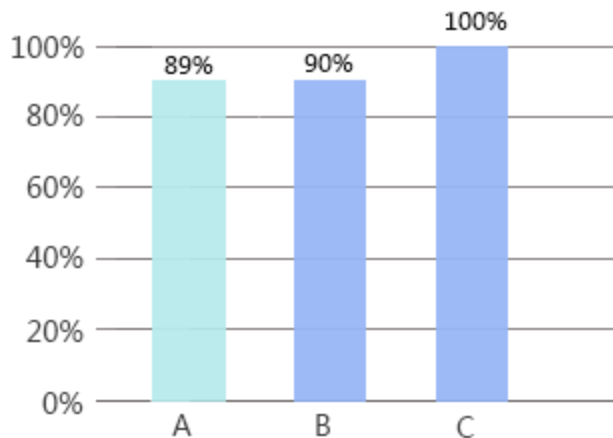
调整策略

B 客户、C 客户与 A 客户关键词重复率



妇科医院资费词

覆盖率



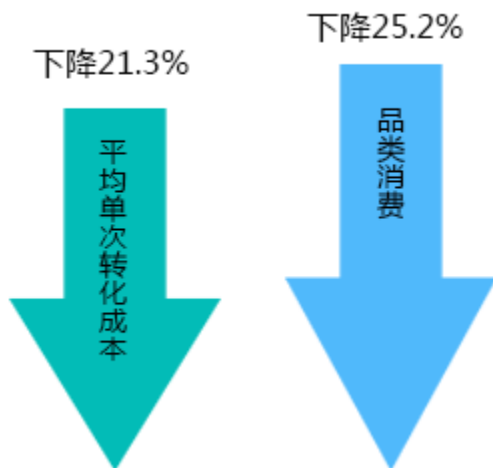
左侧排名

A 客户	左 2、左 3
B 客户	左 2、左 3
C 客户	左 1、左 2

品类投资收益率：中低

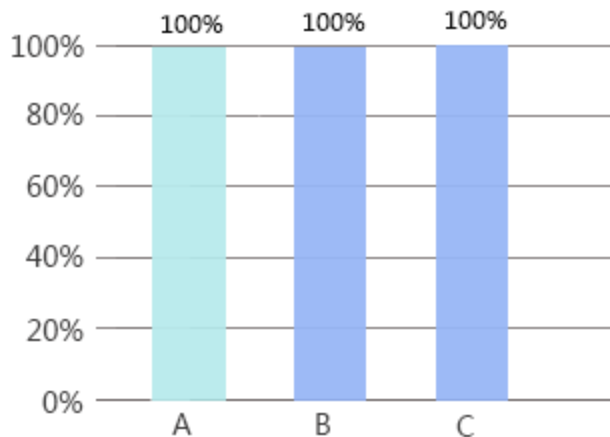
策略变化：排名左侧下调至右一

调整后效果



产科检测类词

覆盖率



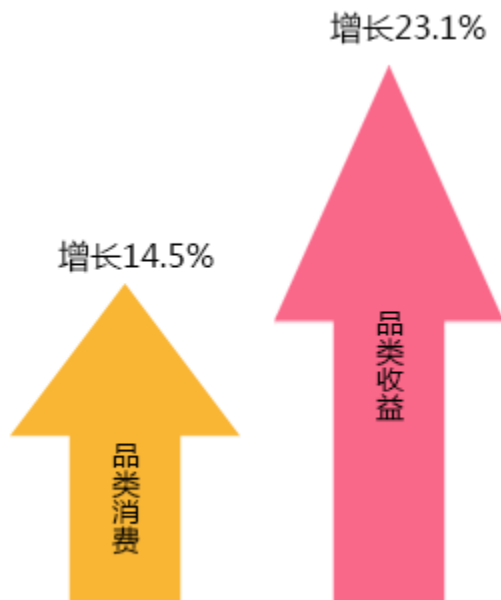
左侧排名

A 客户	左 2、左 3、左 4
B 客户	左 2、左 3
C 客户	左 1、左 2、左 3

品类投资收益率：高

策略变化：加大关注，锁定左一

调整后效果



X 客户

背景

地区行业地位：中等

主营业务：类风湿、强直性脊柱炎

优势：优质咨询服务团队，外聘专业医师轮流坐诊。

面临的问题

咨询到诊量少，预算有限。

策略

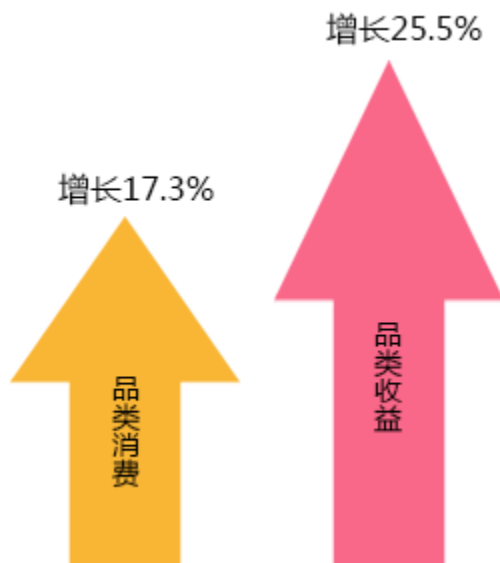
- ✓ 分品类整理监控行业标杆 Y1 客户、Y2 客户，借鉴优质创意元素。



- ✓ 高投资收益率 A 组关键词，排名紧随 4 家当地实力较强竞争对手，高转化时段锁定右 1 和右 2 或左 3。



效果：



- ✓ 病症疑问类 B 组关键词，选择 4 家较强竞争对手排名靠后关键词，锁定左侧排名，定期监测后续效果。

