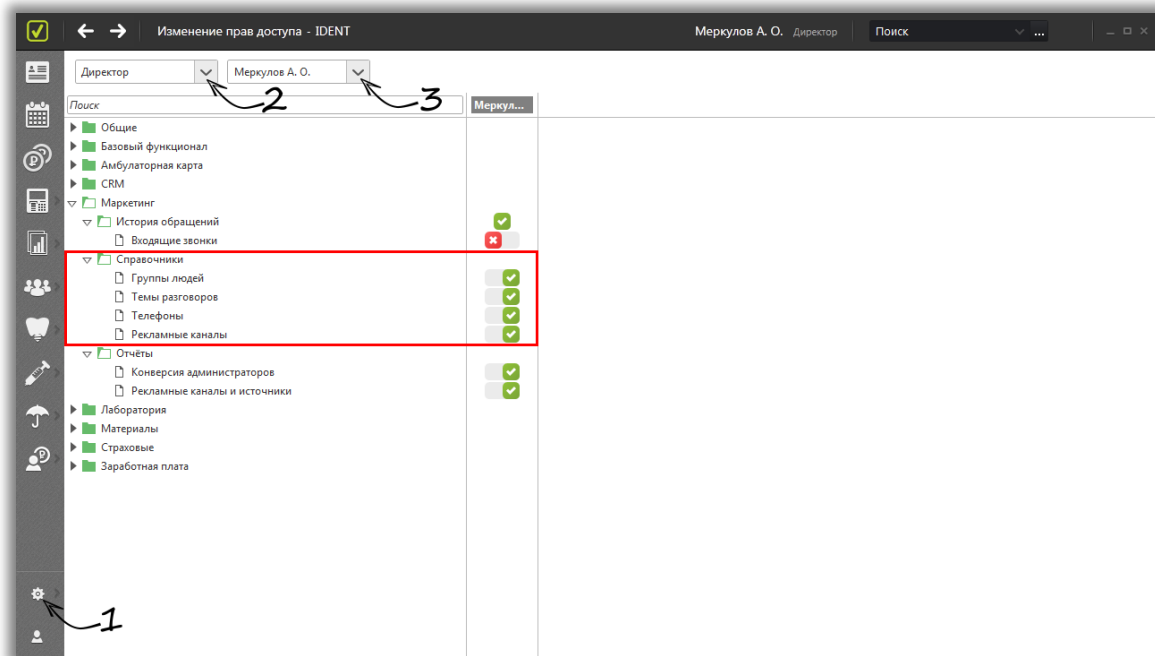


# Права доступа: Маркетинг, Справочники

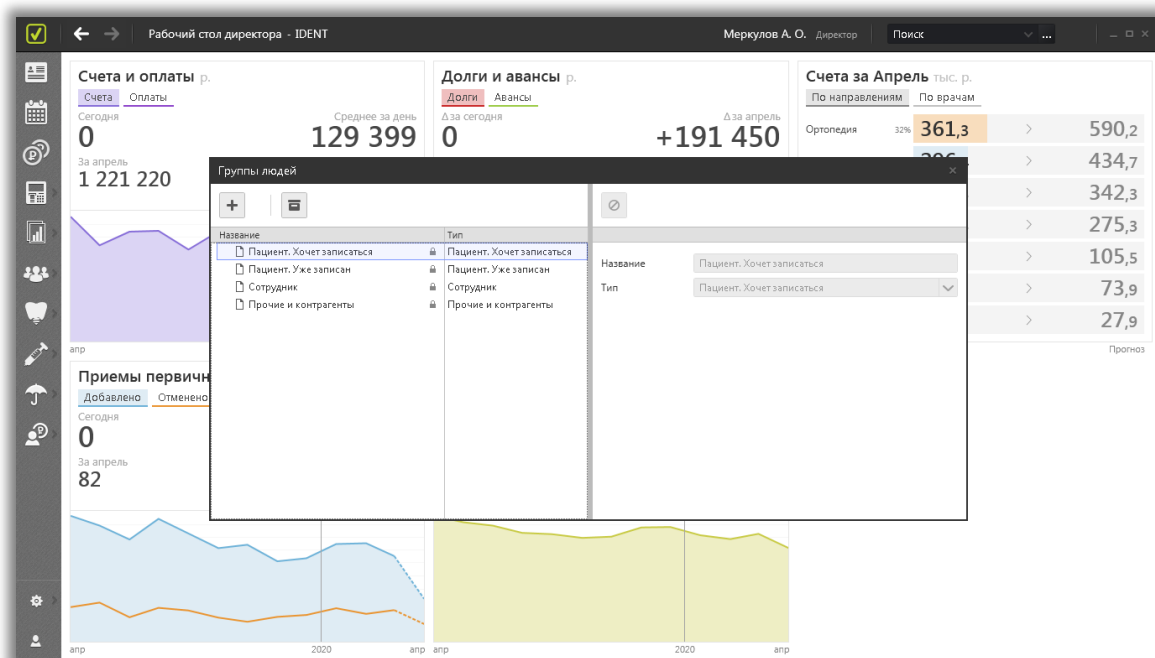
Последнее изменение 15/03/2022 3:56 pm MSK

Чтобы настроить права доступа к справочникам в модуле «Маркетинг», войдите в «Настройки» (1) → «Изменение прав доступа» и выберите группу специалистов (2). Можно также выбрать конкретных сотрудников (3).

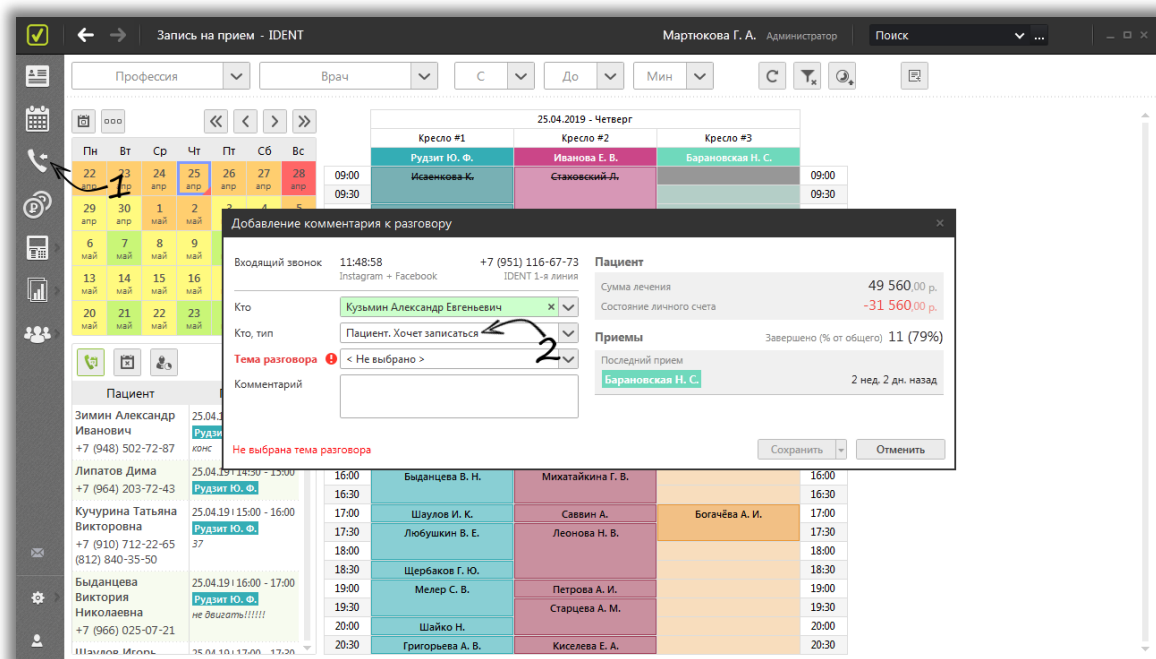


## Группы людей

Наличие данного права позволяет получить доступ к справочнику «Группы людей» («Настройки» → «Справочники» → «Маркетинг» → «Группы людей»), необходимому для сбора статистики по обращениям в клинику и оценки эффективности рекламы. О том, зачем оценивать эффективность рекламы, читайте [здесь](#). Основные группы людей уже заданы нам, но при необходимости вы можете расширить этот список, нажав на «+» в левом верхнем углу.



Во время звонка (1) (а также при обработке заявки или общения в социальной сети) тип пациента указывается (2) или автоматически определяется (если пациент действующий) в поле под фамилией и именем позвонившего.

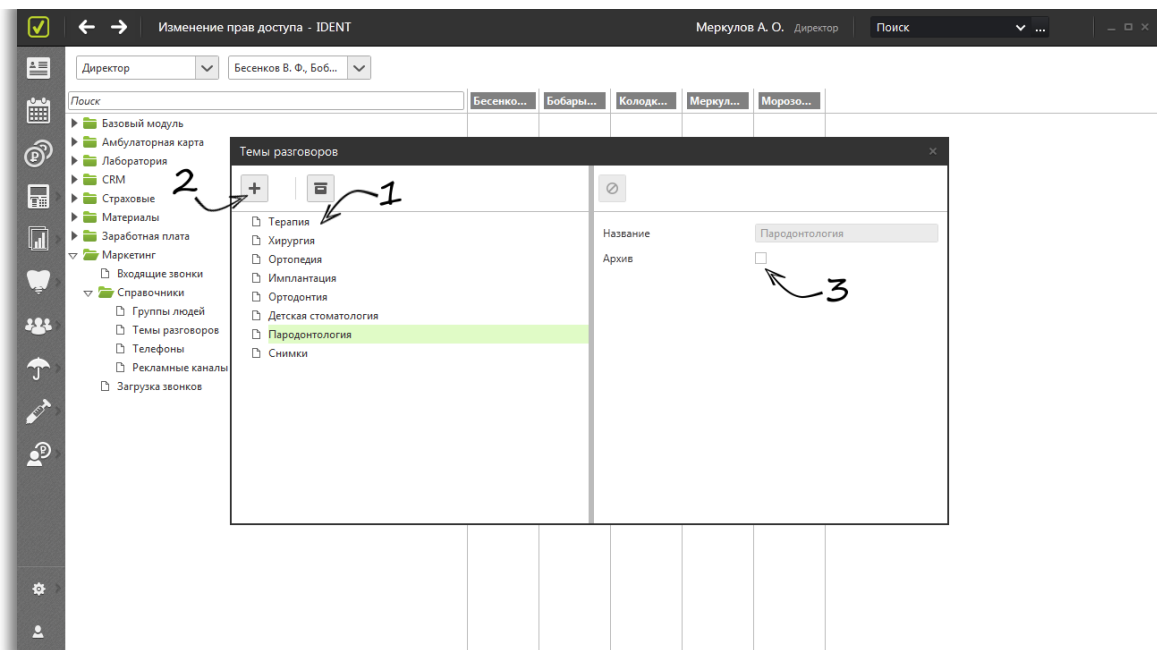


Доступ к справочникам, помогающим оценивать эффективность рекламы, необходим тому, кто занимается организацией и анализом маркетинговых активностей клиники. Подробнее о настройке всех справочников в модуле «Маркетинг» читайте [здесь](#).

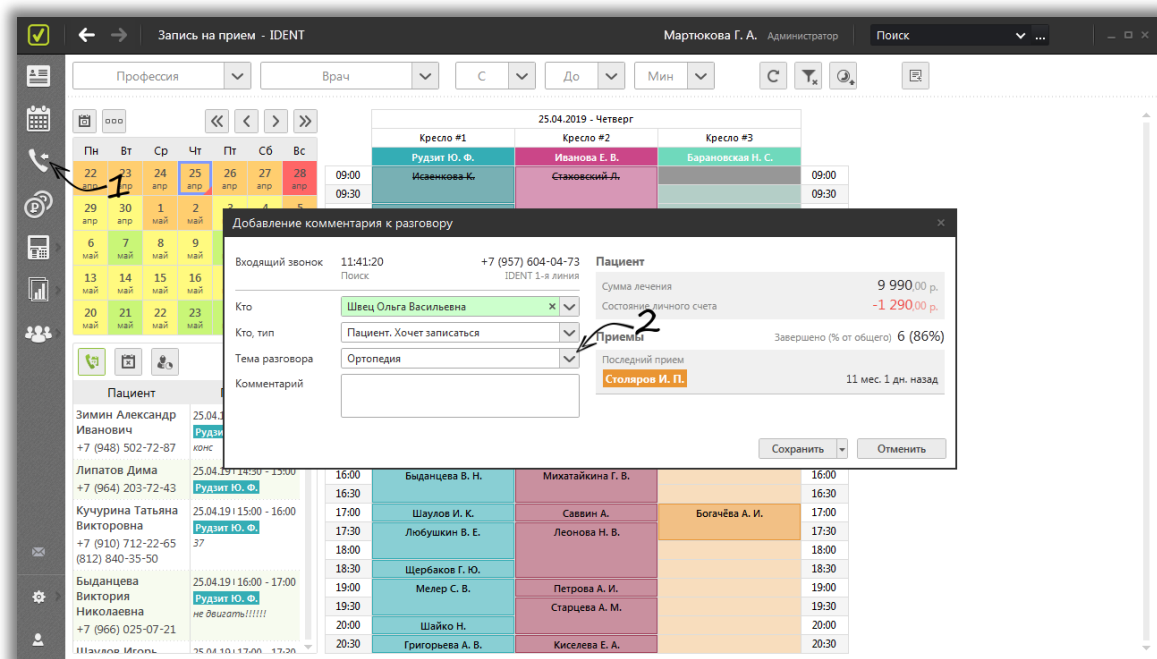
### Темы разговоров

Наличие данного права позволяет получить доступ к справочнику «Темы разговоров» («Настройки» → «Справочники» → «Маркетинг» → «Темы разговоров»), необходимому для сбора статистики по обращениям в клинику и оценки эффективности рекламы.

В справочнике «Темы разговоров» перечисляются направлениям деятельности клиники (1) — терапия, хирургия, ортопедия и т. д. Если в клинике существует еще какое-то направление, его можно добавить (2), а если какое-то направление не развито, его можно добавить в архив (3).



Во время обработки **входящего звонка** (1) (а также **заявок или общения в социальных сетях**) в поле под типом дозвонившегося обязательно должна указываться тема разговора — она выбирается с помощью выпадающего списка (2).



Доступ к справочникам, помогающим оценивать эффективность рекламы, необходим тому, кто занимается организацией и анализом маркетинговых активностей клиники. Подробнее о настройке всех справочников в модуле «Маркетинг» читайте [здесь](#).

## Телефоны

Наличие данного права позволяет получить доступ к справочнику «Телефоны» («Настройки» → «Справочники» → «Маркетинг» → «Телефоны»), необходимому для сбора статистики по обращениям в клинику и оценки эффективности рекламы.

Сотрудник с данным правом доступа может нажать на «+» рядом с названием

папки «Телефоны клиники» (1) и ввести все номера (2), активности по которым учитываются в клинике (подробнее о подключении телефонии читайте [здесь](#)). Для вашего удобства в поле «Описание» у каждого номера можно указать источник, на котором вы планируете его разместить (3). При переходе к добавлению следующего номера, тот, что вы ввели, сохранится автоматически.

### Важно:

- **В папку «Исключенные»** (4) можно добавить номера, которые вы не хотите учитывать в статистике — например, номера других филиалов клиники, офиса и т. п.
- **В папку «Не определять по комментариям»** (5) могут быть добавлены все номера телефонов, с которыми не работает определение номера звонящего. Это может быть ваш старый номер, на котором вы настраиваете переадресацию, а также номера большинства агрегаторов (кроме сервиса «НаПоправку», на котором настраивается [телефония UIS](#)).

The screenshot displays a software interface with several panels. At the top, there are financial summary cards: 'Счета и оплаты' (0), 'Долги и авансы' (0), and 'Счета за Апрель' (361,3). A central dialog box titled 'Телефоны' is open, showing a list of phone numbers and their descriptions. Handwritten annotations 1-5 highlight specific features: 1 points to the 'Телефоны клиники' folder, 2 points to a phone number input field, 3 points to a 'ВКонтакте' dropdown menu, 4 points to the 'Исключенные' checkbox, and 5 points to the 'Не определять по комментариям' checkbox. The background shows financial charts and tables for 'Счета и оплаты', 'Долги и авансы', and 'Счета за Апрель'.

Каждый номер будет привязан к определенному рекламному каналу, чтобы в дальнейшем вы могли отследить, [насколько эффективно работает этот рекламный канал](#). О настройке справочника «Рекламные каналы» читайте далее.

Доступ к справочникам, помогающим оценивать эффективность рекламы, необходим тому, кто занимается организацией и анализом маркетинговых активностей клиники. Подробнее о настройке всех справочников в модуле «Маркетинг» читайте [здесь](#).

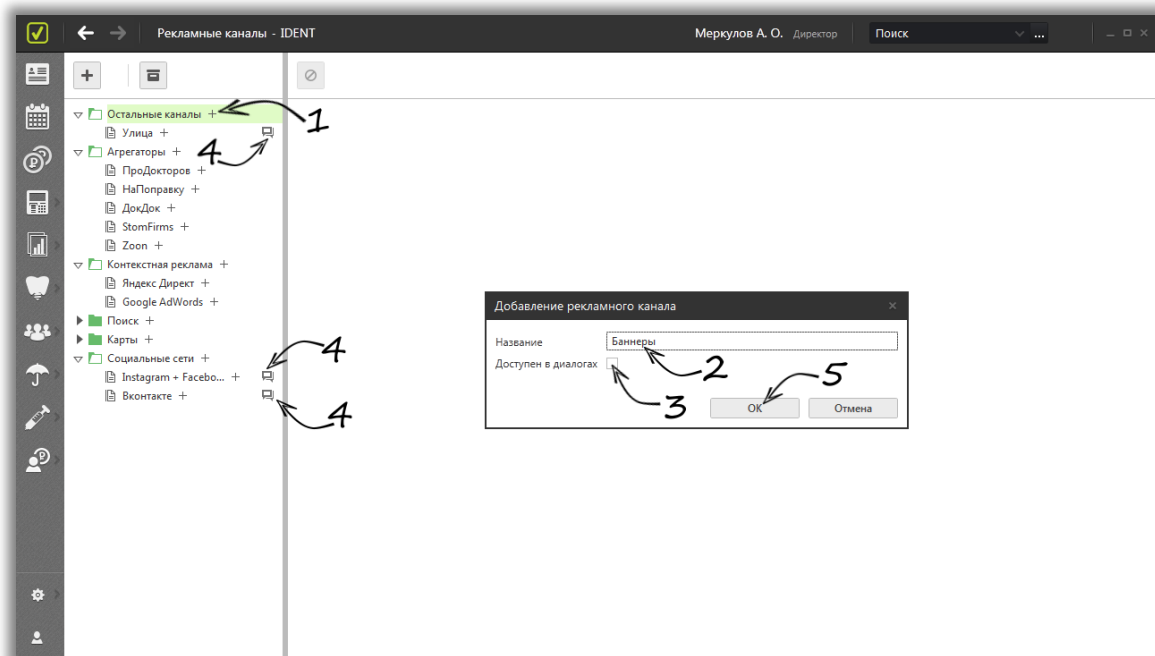
### Рекламные каналы

Наличие данного права позволяет получить доступ к справочнику «Рекламные каналы» («Настройки» → «Справочники» → «Маркетинг» → «Рекламные каналы»), необходимому для сбора статистики по обращениям в клинику и оценки эффективности рекламы.

Структура и наполнение справочника «Рекламные каналы» разработаны нами с

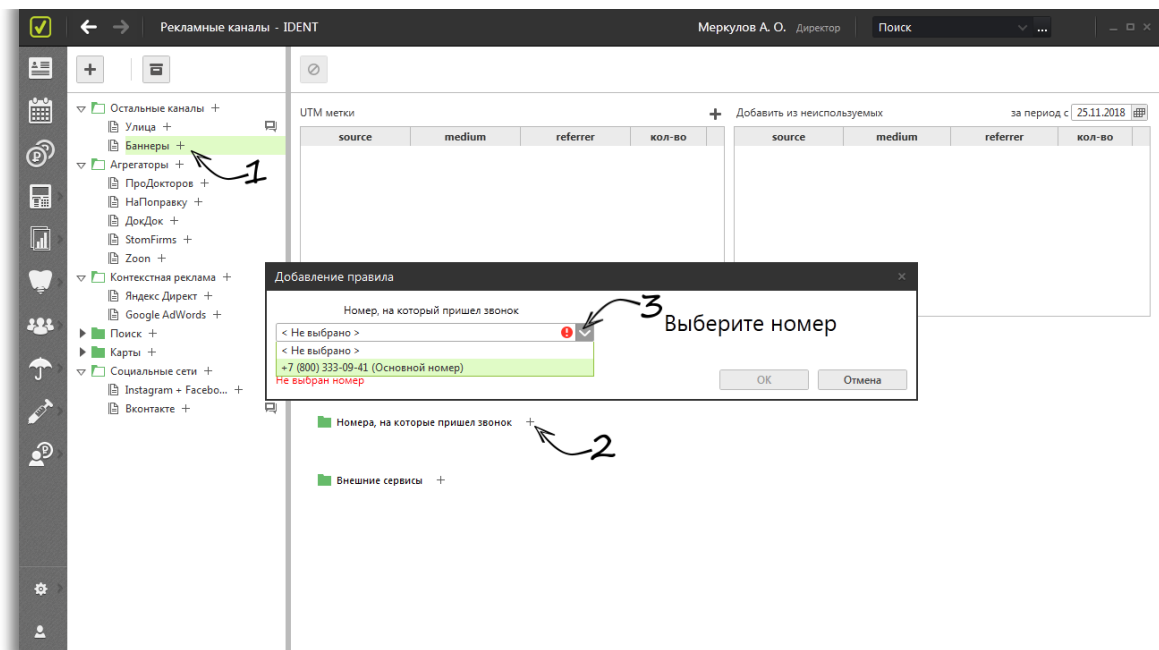
учетом основных современных трендов в продвижении стоматологических услуг и нашего опыта управления собственной сетью клиник. Мы выделили главные (на сегодняшний день) рекламные каналы и объединили их в группы, чтобы вам было удобнее все учитывать и контролировать, — «Агрегаторы», «Контекстная реклама», «Поиск», «Карты», «Социальные сети», а также «Остальные каналы», куда можно добавить все «оффлайновые» каналы продвижения (например, баннеры, реклама в метро, ролики на радио и тому подобное).

Если вам понадобится добавить новый рекламный канал, сотрудник с данным правом доступа может нажать на «+» (1) рядом с названием группы и ввести название канала (2). Если речь о социальной сети, мессенджере или о людях, зашедших в клинику без звонка («Улица»), у таких каналов ставится пометка «Доступен в диалогах» (3). Каналы, доступные в диалогах, будут отмечены специальным значком (4). Далее при добавлении «Диалога» администратор сможет выбирать, о каком именно рекламном канале идет речь. Для сохранения нажмите «ОК» (5).



Чтобы привязать к рекламному каналу номер телефона (о подключении телефонии читайте [здесь](#)), щелкните один раз по названию этого канала (1) и нажмите на «+» («Добавить правило») рядом с папкой «Номера, на которые пришел звонок» (2). В выпадающем списке (3) будут все номера, которые не привязаны ни к какому другому каналу. Одним щелчком левой кнопки мыши выберите нужный.

Подробнее о настройке этого справочника читайте [здесь](#), об обработке входящих звонков — [здесь](#), об обработке заявок и общения в соцсетях — [здесь](#).



Доступ к справочникам, помогающим оценивать эффективность рекламы, необходим тому, кто занимается организацией и анализом маркетинговых активностей клиники.