ClickNet

ГИД ПО РЕПУТАЦИИ · 2026

Фармацевтика и аптеки

Риски отрасли, ключевые площадки, как мы применяем SERM и ORM и кейсы с цифрами до и после.

700+
проектов с 2016 года

24
кейса с цифрами до/после

от 60 000 ₽
в месяц, без НДС

Что внутри

- Почему репутация в этой отрасли решает продажи
- Главные риски и площадки, где живёт репутация
- Как мы применяем SERM и ORM: шаги и сроки
- 3 кейса ClickNet с цифрами до и после
- Что можно сделать уже сегодня

Все клиенты анонимны по условиям NDA. Цифры — из опубликованных кейсов на clicknetgroup.ru.

> **«Фармацевтика — одна из самых зарегулированных отраслей: любая коммуникация о препарате находится под пристальным вниманием закона о рекламе.»**

Главные риски

- Жалобы на побочные эффекты: эмоционально острые и быстро распространяются
- Регуляторные ограничения на ответы
- Слухи о качестве и подделках
- Недоверие к отрасли в целом

Где живёт репутация

агрегаторы отзывов | медицинские форумы | соцсети | соцсети и форумы | ответы нейросетей

Результаты в отрасли

×2
меньше панических обсуждений

↑
тональность сместилась к позитиву

Как применяем SERM

1. Мониторинг описания препаратов ИИ-системами
2. Корректировка через авторитетный контент
3. Проверка выдачи по препаратам и бренду

Как применяем ORM

- Анализ отзывов на профильных площадках
- Жалобы на недостоверные отзывы
- Публичные ответы со ссылкой на инструкцию
- Мониторинг 24/7, реакция за 2 часа

Сроки и стоимость

Бесплатный аудит	**24 часа**
Аудит и стратегия	**8–12 дней**
Первые изменения	**2–4 недели**
Устойчивый результат	**3–6 месяцев**
Реакция на негатив	**от 2 часов**
Стоимость	**от 60 000 ₽/мес, без НДС**

Честно о гарантиях: нулевой негатив не может гарантировать никто. Мы гарантируем мониторинг, быструю реакцию и измеримую динамику рейтинга и тональности.

Кейсы с цифрами до и после

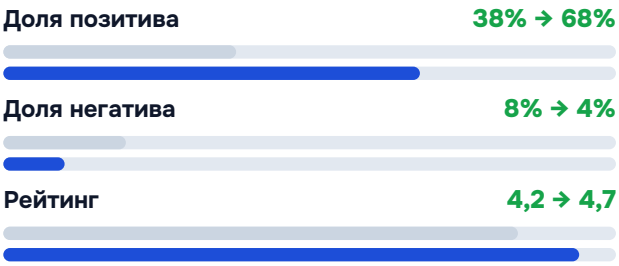
Клиенты анонимны по условиям NDA. Полные разборы — в разделе «Кейсы» на clicknetgroup.ru.

КЕЙС В ОТРАСЛИ · №01 · ФАРМА

Антигистаминный препарат

Задача: высокая доля негатива; слабое позиционирование; низкая лояльность.

Что сделали: мониторинг упоминаний; выявление проблемных тем; работа с негативом; наращивание позитивного контента.



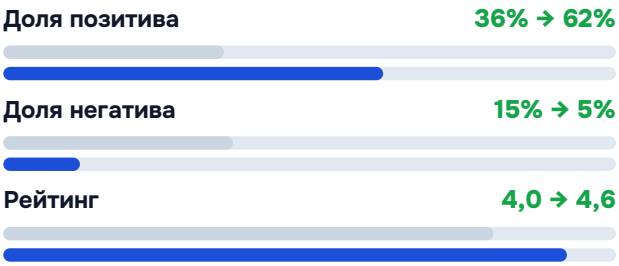
Урок: Даже при низкой доле негатива (8%) бренд может проигрывать: если позитива мало, люди не видят причин выбрать именно его. Рост позитива с 38% до 68% дал больше, чем простое удаление плохих отзывов.

КЕЙС В ОТРАСЛИ · №02 · ФАРМА

Сопровождение препарата

Задача: негативные отзывы о побочных эффектах; низкий nps; слабое информационное поле.

Что сделали: репутационное сопровождение; мониторинг; работа на медицинских форумах; нивелирование негатива.



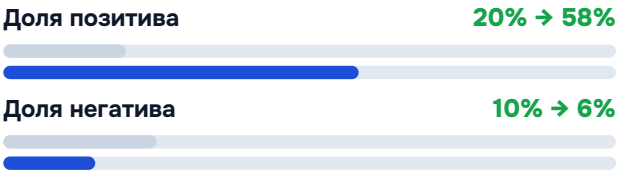
Урок: Отзывы о побочных эффектах нельзя просто «удалить», с ними нужно работать там, где их читают. Работа на медицинских форумах и нивелирование негатива снизили его втрое.

КЕЙС В ОТРАСЛИ · №03 · ФАРМА

Запуск нового препарата

Задача: новый продукт без информационного поля; нет отзывов; давление конкурентов.

Что сделали: вывод на рынок; формирование информационного поля; работа с инфлюенсерами; мониторинг.



Урок: Пустое поле опаснее плохого: первые 10–20 отзывов определяют, как продукт будут воспринимать дальше. Репутацию нового продукта строят заранее, до волны продаж.

Что можно сделать уже сегодня

- Посчитайте, какую долю упоминаний вашего бренда составляют позитивные. Если меньше половины, начните с того, чтобы довольные клиенты начали писать.
- Проверьте тематические форумы вашей отрасли: там часто живут самые влиятельные обсуждения, которых нет на картах и маркетплейсах.
- Проверьте, что отвечают о вашем бренде Яндекс Нейро и ГигаЧат: спросите «стоит ли обращаться в [бренд]».

Бесплатный анализ вашего бренда

Покажем, что видят ваши клиенты в выдаче, на картах и в ответах ИИ, и сравним с 1–2 конкурентами. Готовим за 24 часа, под NDA.

+7 (921) 350-35-70 · t.me/+79213503570