



CASE STUDY

Jak zwiększyliśmy widoczność i konwersje dla placówki medycznej

Kompleksowa strategia oparta na AEO, Google Ads i precyzyjnej optymalizacji — dla placówki medycznej w wymagającym środowisku cyfrowym.

Porozmawiajmy o Twoim projekcie

Poznaj nasze usługi

Gabinet dentystyczny z kontem po poprzedniej agencji

Klient prowadzi gabinet dentystyczny oferujący szeroki zakres usług stomatologicznych. Przejęliśmy konto reklamowe po poprzedniej agencji, która intensywnie korzystała z automatyzacji AI — jednak bez odpowiedniej strategii i nadzoru nad wynikami.

Konto z historią błędów

Poprzednia agencja pozostawiła konto z błędnie skonfigurowanymi kampaniami i nieefektywnymi automatyzacjami AI.

Nadmierna automatyzacja bez nadzoru

Smart Bidding i Performance Max działały bez właściwych celów konwersji i sygnałów odbiorców.

Przepalony budżet, niskie wyniki

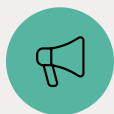
Wysokie wydatki przy niskim współczynniku konwersji — kampanie optymalizowały się pod złe zdarzenia.

Brak kontroli nad jakością ruchu

Reklamy docierały do szerokiej, nierelevantnej grupy odbiorców zamiast do realnych pacjentów.

Trzy filary, jeden cel: wzrost

Kampania miała realizować mierzalne cele biznesowe — zwiększyć widoczność placówki, pozyskać więcej pacjentów i obniżyć koszt pozyskania kontaktu.



Widoczność i zasięg

Budowa rozpoznawalności placówki wśród pacjentów szukających pomocy medycznej online.



Ruch na stronie

Pozyskanie wartościowych wejść od użytkowników aktywnie szukających usług medycznych.



Generowanie konwersji

Skierowanie użytkowników do kontaktu — przez formularz lub połączenie telefoniczne.

Nasza strategia: badania, dane, precyzja



Analiza intencji pacjentów

Zbadaliśmy, jak pacjenci szukają pomocy medycznej online — jakich fraz używają, kiedy podejmują decyzję i co decyduje o wyborze placówki.



Analiza rynku i konkurencji

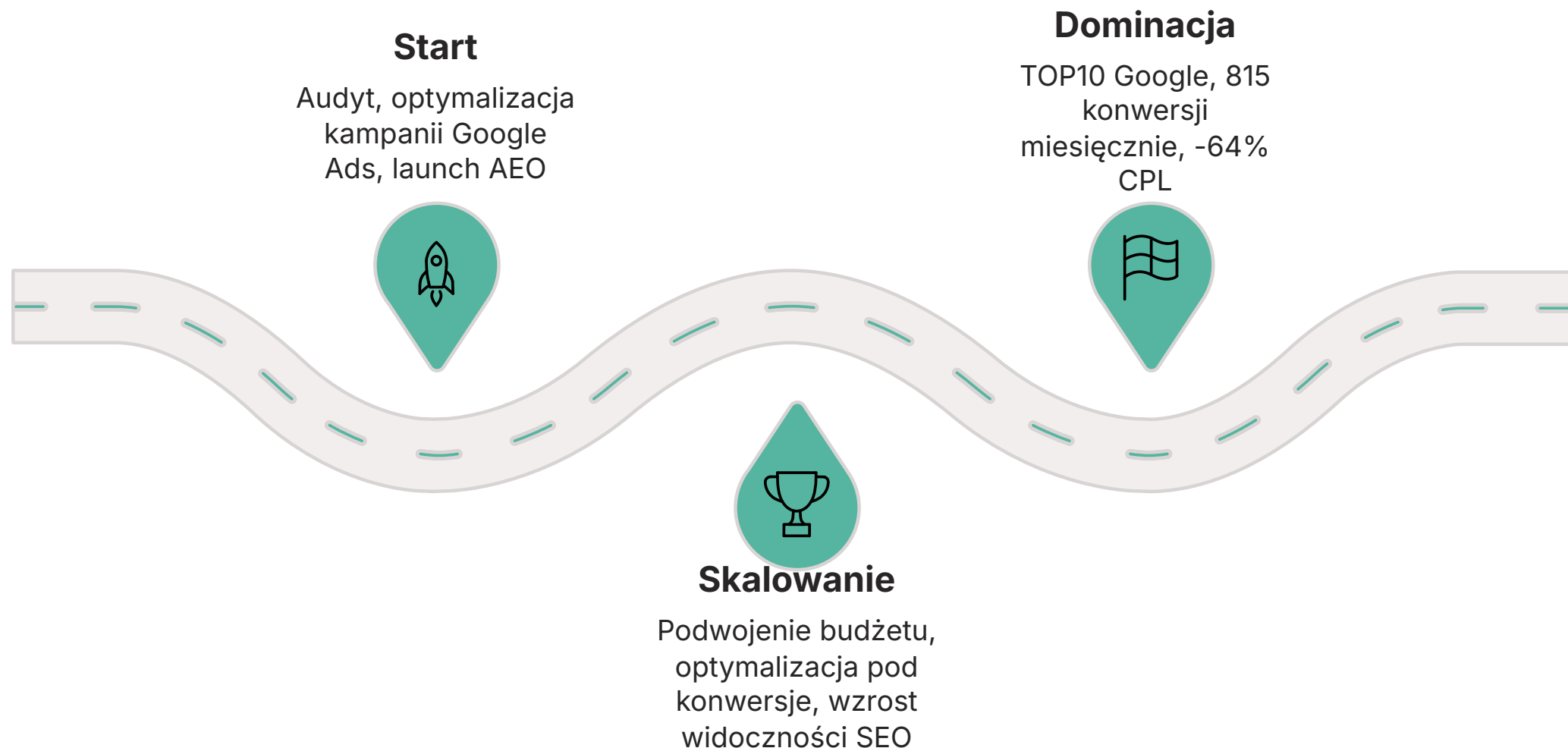
Zbadaliśmy działania konkurencji w Google Ads i SEO, identyfikując luki i szanse na skuteczniejsze pozycjonowanie placówki.



Strategia 360°: Google Ads, SEO/AEO

Na bazie zebranych danych opracowaliśmy dwufilarową strategię: kampanie z intencją zakupową w Google Ads oraz content SEO/AEO pod generatywne wyniki wyszukiwania.

Trzy etapy kampanii: od startu do domknięcia



Każdy etap był precyzyjnie zaplanowany — od audytu i optymalizacji, przez skalowanie budżetu, aż po dominację w wynikach wyszukiwania.

Google Ads: od 147 do 815 konwersji miesięcznie

Kampanie Google Ads zostały przebudowane pod wysoką intencję zakupową pacjentów. Skupiliśmy się na precyzyjnym doborze słów kluczowych, optymalizacji pod połączenia telefoniczne i formularze kontaktowe oraz eliminacji niskiej jakości ruchu.



815

Konwersji miesięcznie

Po optymalizacji i skalowaniu

+454%

Wzrost konwersji

Rok do roku

4,91 zł

Koszt konwersji

Spadek z 13,61 zł (-64%)

13,58%

Współczynnik konwersji

Wzrost z 7,35%

Google Ads: najpierw jakość, potem skala

W pierwszym etapie przebudowaliśmy kampanie pod intencję pacjentów szukających pomocy tu i teraz. Skoncentrowaliśmy się na połączeniach telefonicznych i formularzach — nie tylko kliknięciach.

6 000

Kliknięć miesięcznie

Wzrost z 2 000 (+200%)

-33%

Koszt kliknięcia

Spadek rok do roku

4 000 zł

Budżet miesięczny

Podwojony z 2 000 zł

+200%

Wzrost kliknięć

Przy podwojeniu budżetu

Dlaczego to zadziałało?

- Precyzyjny dobór słów kluczowych (wysoka intencja)
- Optymalizacja pod połączenia telefoniczne
- Lepsze dopasowanie komunikatów do pacjentów
- Eliminacja niskiej jakości ruchu

SEO pod AI: od 3. strony Google do TOP10

Wdrożyliśmy strategię AEO (Answer Engine Optimization), dostosowując stronę do zmieniającego się sposobu wyszukiwania — w tym rosnącej roli wyników generowanych przez AI i zapytań w formie pytań.

+56%

Wzrost wyświetleń

+28%

Wzrost kliknięć

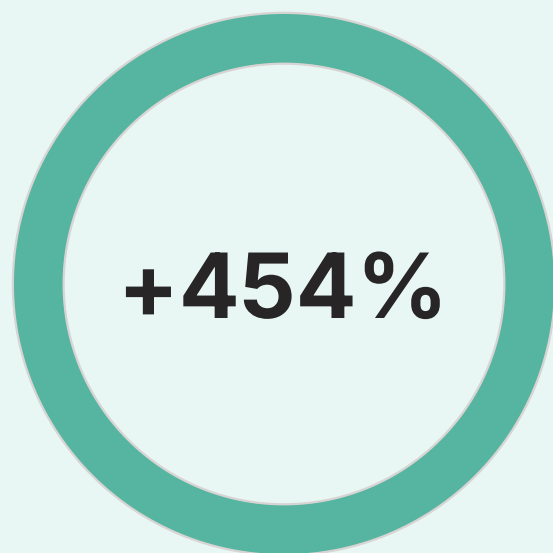
22 → 9

Poprawa ŚREDNIEJ pozycji



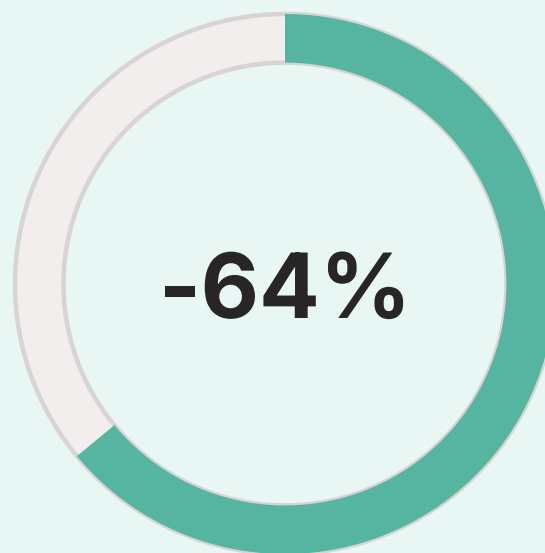
Wyniki, które mówią same za siebie

W ciągu 6 miesięcy kampania wygenerowała spektakularne wyniki — ponad 4,5-krotny wzrost konwersji przy jednoczesnym spadku kosztu pozyskania pacjenta o 64%.



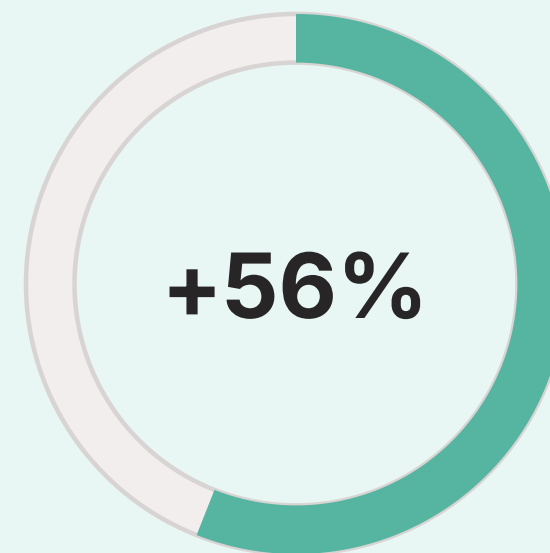
Wzrost konwersji

Z 147 do 815 kontaktów miesięcznie



Spadek kosztu CPL

Z 13,61 zł do 4,91 zł za kontakt

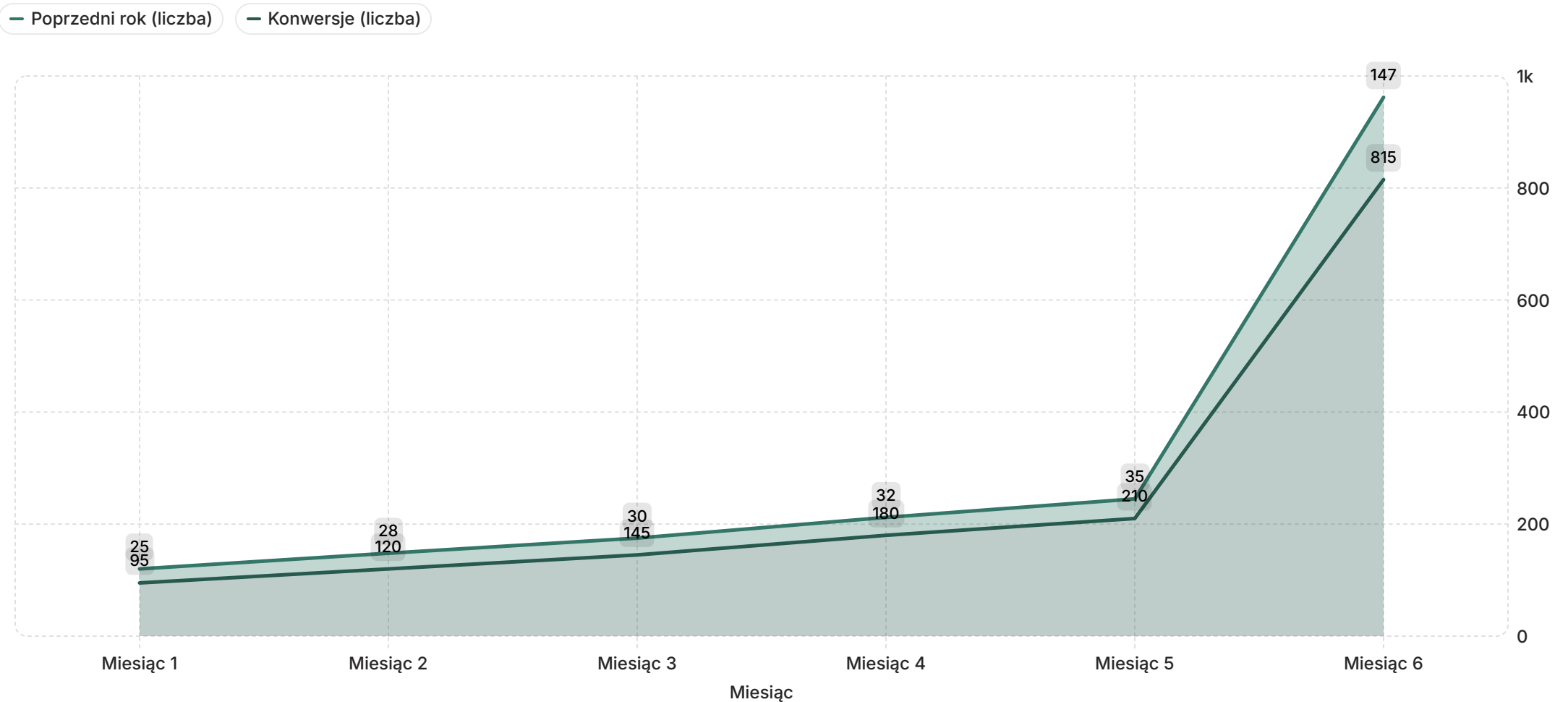


Wzrost widoczności SEO

Wyświetlenia: 181 tys. → 282 tys.

📄 🏆 **Kluczowy fakt:** Podwojenie budżetu Google Ads przełożyło się na ponad 4,5-krotny wzrost liczby kontaktów od pacjentów — przy jednoczesnym spadku kosztu pozyskania o 64%.

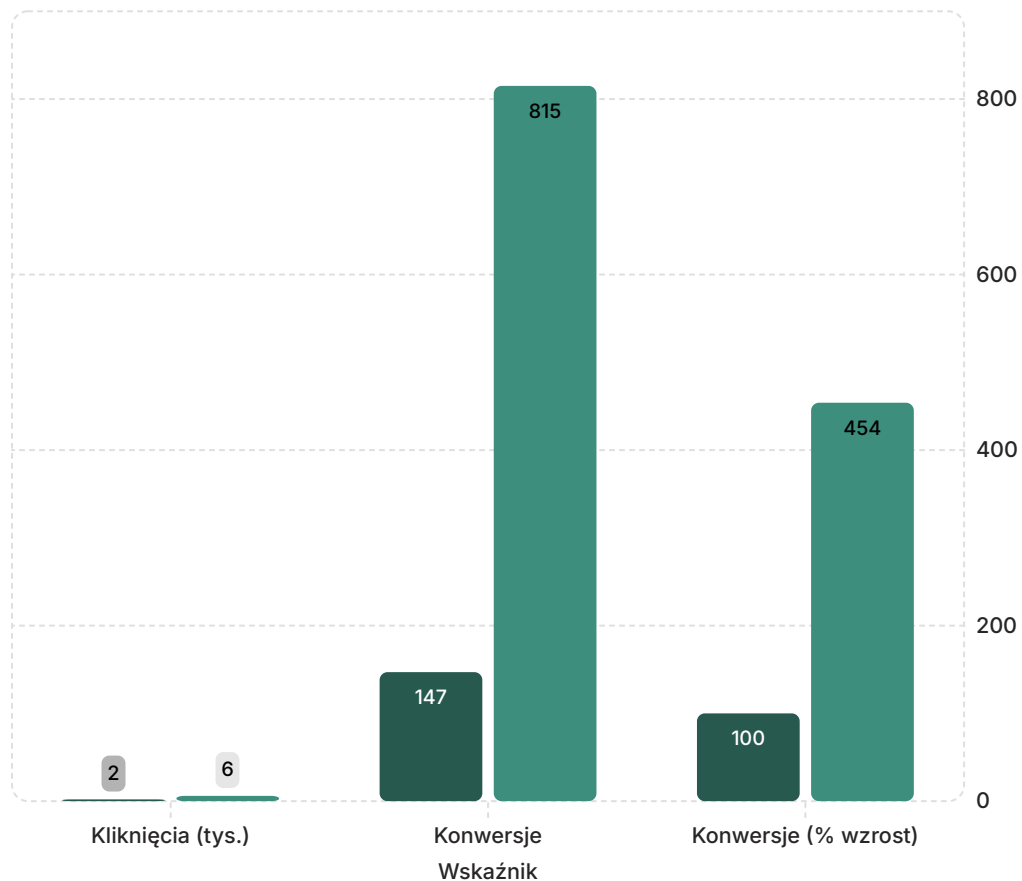
Dynamika wzrostu konwersji rok do roku



Krzywa wzrostu konwersji pokazuje dynamiczne przyspieszenie po optymalizacji kampanii i podwojeniu budżetu. Kluczowy przełom nastąpił po przebudowie kampanii pod intencję pacjentów — współczynnik konwersji wzrósł z 7,35% do 13,58%.

Porównanie wyników Google Ads: przed i po optymalizacji

■ Przed optymalizacją ■ Po optymalizacji



Dlaczego konwersje wzrosły 4,5x?

Kluczem był nie tylko wzrost budżetu, ale przede wszystkim poprawa jakości kampanii — precyzyjniejsze słowa kluczowe, optymalizacja pod połączenia telefoniczne i lepsze dopasowanie komunikatów do intencji pacjentów.

→ Precyzyjny dobór słów kluczowych (wysoka intencja)

→ Optymalizacja pod połączenia telefoniczne i formularze

→ Eliminacja niskiej jakości ruchu

→ Lepsze komunikaty dopasowane do pacjentów

Co zdecydowało o sukcesie projektu?



Trafna analiza intencji

Zrozumienie, jak pacjenci szukają pomocy medycznej online, dało solidny fundament pod wszystkie działania.



Optymalizacja pod konwersje

Kampanie zoptymalizowane pod połączenia telefoniczne i formularze — nie tylko kliknięcia.



Dynamiczna optymalizacja

Bieżące dostosowywanie kampanii na podstawie danych — szybka reakcja na wyniki.



Strategia AEO

Wdrożenie Answer Engine Optimization pozwoliło wejść do TOP10 Google i zwiększyć widoczność o 56%.

Transparentny proces analityczny przez cały projekt

Rytm raportowania

01

Co tydzień

Spotkania statusowe z omówieniem wyników i decyzjami optymalizacyjnymi

02

Co miesiąc

Pełne raporty z rekomendacjami dotyczącymi kampanii, budżetów i treści

03

Na koniec

Raport podsumowujący z rekomendacjami strategicznymi na kolejny okres

Transparentność i szybkość reakcji na dane to elementy, które odróżniają skuteczną kampanię od przeciętnej. Każda zmiana budżetu i każda modyfikacja kampanii była konsultowana i dokumentowana.

Rekomendacje kampanii

Testy A/B komunikatów i słów kluczowych w oparciu o rzeczywiste dane konwersji

Optymalizacja budżetów

Dynamiczne przesunięcia między kampaniami według wydajności i kosztu konwersji

Wnioski: strategia + dane + optymalizacja = wyniki

To case study pokazuje, że nawet przy ograniczonym budżecie startowym można osiągać ponadprzeciętne wyniki — jeśli strategia opiera się na analizie intencji pacjentów, precyzyjnej optymalizacji i wdrożeniu AEO.

Google Ads

Podwojenie budżetu → +454% konwersji, -64% kosztu pozyskania pacjenta

SEO / AEO

Wdrożenie Answer Engine Optimization → wejście do TOP10, +56% wyświetleń, +28% kliknięć

Optymalizacja jakości

Współczynnik konwersji wzrósł z 7,35% do 13,58% dzięki precyzji kampanii

Wynik końcowy

+454% konwersji i -64% CPL w ciągu 6 miesięcy współpracy

GOTOWY NA WZROST?

Chcesz osiągnąć podobne wyniki dla swojej firmy?

Mediart.pl specjalizuje się w budowaniu skutecznych strategii marketingowych opartych na badaniach, danych i mierzalnych wynikach. Przygotujemy dla Ciebie indywidualną strategię digital — niezależnie od branży, budżetu i etapu, na którym jesteś.

Zadzwoń do nas

800 801 301

Bezpłatna infolinia, czynna w dni robocze

Napisz do nas

Odpowiadamy w ciągu 24 godzin roboczych. Skontaktuj się przez formularz na mediart.pl

Bezpłatna konsultacja

Umów się na bezpłatną analizę Twojego biznesu i omówienie możliwości współpracy.

[Porozmawiajmy o Twoim projekcie](#)

[Poznaj Mediart.pl](#)