

БОНУС К ПРОБНИКУ · ЭМАЛЬ

ВТОРОЙ КАДР

Что мы увидели в вашей клинике

Один сценарий — это первый кадр. Вот ещё три, которые мы уже видим в вашем брифе, и почему наша система сильна именно в медицине.

REELS · SHORTS · VK КЛИПЫ

ТРИ КАДРА, КОТОРЫЕ МЫ УЖЕ ВИДИМ

1. «Можно было обойтись малым»

Ролик про ваш принцип «спасаем зуб, а не ставим имплант подороже». Врач показывает на снимке, где другая клиника предложила бы дорогую работу, а вы обошлись малым. Это спокойный, честный ролик-позиция — он бьёт прямо в страх «наверлят лишнего и разведут на деньги». Такие ролики люди пересылают со словами «вот сюда не страшно идти».

Не входит в Пробник — входит в ЗНАК и выше.

2. «Засыпают в кресле»

Ролик про лечение без боли — ваша вторая сильная сторона. Не обещание, а наблюдение: тихий кабинет, музыка, спокойный темп, бережные руки. Снимает главный барьер записи у тех, кто годами откладывает визит из страха. Тема деликатная, поэтому делается без единой шутки и без драматизации — ровно как вы и просили.

Не входит в Пробник — входит в ЗНАК и выше.

3. «После 50 — не поздно»

Отдельный ролик для вашей второй аудитории: импланты и протезирование для тех, кому за 50. Здесь другой герой, другой страх («в моём возрасте уже нет смысла») и другой результат — вернуть возможность есть и улыбаться, не стесняясь. Эту аудиторию нельзя зацепить тем же роликом, что и молодую, — ей нужна своя история.

Не входит в Пробник — входит в ЗНАК и выше.

ПОЧЕМУ НАША СИСТЕМА СИЛЬНА В ВАШЕЙ НИШЕ

За каждым нашим роликом — школа, а не нейросеть: 342 принципа из 21 книги по киномонтажу, драматургии и психологии влияния, 89+ современных исследований, 10 драматургических каркасов и 14 типов ролика. Под вашу категорию — медицину и клиники — у нас отдельный комплект: какие типы роликов реально работают в самой чувствительной нише, какие темы поднимают доверие, какая сезонная логика (у вас это сентябрь и январь-февраль), и главное — какие приёмы в медицине запрещены и юридически опасны. Мы знаем, где проходит граница рекламы медуслуг 2026, и не заведём вас за неё.

В вашей нише спрос подтверждён: «реклама стоматологии» — около 1 580 запросов в месяц, и почти все клиники отвечают на него одинаково глянцевыми «до/после». Ваш незанятый угол — доверие через прозрачность, а не через обещания. Именно туда мы и целимся.

ВАШ СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

Все три кадра выше входят в **ЗНАК** (10 000 ₽, 10 сценариев) — плюс ещё семь под вашу клинику: закулисье стерилизации, день врача, разбор мифов о лечении, реакция пациента после процедуры. Это уже не один ролик, а связная серия на одну тему — «как у вас устроено доверие», — которая работает на узнаваемость в Казани неделя за неделей.

Когда вернётесь — бот узнает вас и перенесёт ответы: повторный бриф займёт около 8 вопросов вместо 30.

«Первый кадр у вас в руках. Второй — на этих страницах. Третий смысл рождается, когда они встают рядом.»

Записаться на ЗНАК — в боте или на reelsiq.ru

ReelsIQ · Метод Третьего Смысла