

5 strategie per promuovere la tua clinica su internet





Introduzione

La presenza sempre maggiore dei professionisti della salute e delle cliniche sul web è il sintomo di un cambiamento in atto già da alcuni anni: quello della medicina online non è più un fenomeno in fase di sviluppo, ma una solida realtà.

Il marketing in campo medico segue una regola aurea, valida per qualunque attività di promozione in qualsiasi mercato: bisogna sempre adattarsi alle innovazioni in atto.

Allo stato attuale delle cose, inoltre, adattarsi al ruolo sempre più preponderante delle nuove tecnologie e ai cambiamenti che hanno introdotto è, per una clinica, non solo un modo per riuscire a sopravvivere in un mercato sempre più complesso e competitivo, ma anche la porta d'ingresso per implementare strategie diversificate e al passo coi tempi, allo scopo di acquisire nuovi pazienti e ampliare il proprio mercato.

Le strategie sono molteplici e hanno tempi e costi di implementazione differenti: con questa guida abbiamo voluto mostrarti come promuovere efficacemente la tua clinica, usando le opportunità che il web ti offre.

Buona lettura!

Promuovere la tua clinica su internet - 5 strategie:

1. Crea un buon sito internet per la tua clinica

Un **sito internet** ben strutturato e accattivante è una delle chiavi per migliorare l'immagine online della tua clinica. Quali sono le caratteristiche principali di un buon sito web?

- 1) Deve contenere tutte le principali **informazioni di contatto**: indirizzo, numero di telefono, lista dei mezzi pubblici con cui è possibile raggiungere la struttura, indirizzo e-mail.
- 2) Deve contenere delle **foto** di buona qualità della clinica: sala d'aspetto, apparecchiature, personale, ecc.



- 3) È necessario che vi compaiano delle **schede dei medici e dei professionisti sanitari** che lavorano per la clinica, con foto e informazioni professionali (specializzazione, un breve CV).
- 4) Deve risultare perfettamente visualizzabile anche sui **dispositivi "mobile"** (telefoni cellulari/smartphone, tablet).
- 5) Deve avere un **aspetto grafico** semplice, elegante e accattivante: un sito internet è un po' il biglietto da visita virtuale di qualsiasi business, dunque è necessario che trasmetta professionalità e stile.
- 6) I contenuti debbono essere scritti utilizzando **caratteri facilmente leggibili**, che non stanchino la vista degli utenti: Arial, Open Sans, Calibri o Verdana.
- 7) Deve essere presente una sezione che permetta ai potenziali pazienti di **contattare la clinica** direttamente online, per informazioni o richieste di prenotazione.





2. Usa Facebook come strumento promozionale

Facebook è il **social network** più diffuso nel nostro Paese, con ben 27 milioni di utenti: quasi la metà dei nostri concittadini, di fatto, usa questo social network. Grazie a Facebook, puoi **promuovere gratuitamente** la tua clinica: innanzitutto, dovrai creare la pagina ufficiale della struttura.

Le pagine Facebook ufficiali servono ad acquisire **“fan”** (gli utenti che mettono “mi piace” alla pagina e che dunque ne seguono le attività su Facebook): maggiore è il numero di fan della pagina, maggiore risulterà la sua visibilità.

Ecco cosa dovrai fare per rendere efficace la pagina Facebook della tua clinica:

- 1) Così come per il sito, le **informazioni di contatto** sono importanti: ricordati di inserirle tutte.
- 2) Inserisci tra le informazioni un **link** al sito web della tua clinica: gli utenti verranno così indirizzati su ciò che ti interessa promuovere maggiormente: la tua struttura.
- 3) Metti delle belle **foto** della struttura sulla pagina: Facebook è un social che, nel bene e nel male, dà molta importanza all'immagine.
- 4) Pubblica a cadenza periodica (ad esempio, ogni settimana) dei **post** sulla pagina: foto, aggiornamenti sulle attività della clinica, articoli a carattere medico e sanitario: è importante **mantenere viva la curiosità** e l'attenzione dei tuoi pazienti. Inoltre, i contenuti che pubblichiamo sulla pagina compariranno sulle bacheche Facebook degli utenti che sono “fan” della tua clinica.
- 5) Se i **medici** che lavorano nella tua clinica hanno delle pagine Facebook ufficiali, puoi promuoverle sulla tua pagina. In questo modo, raggiungerai ancora più pazienti.
- 6) Controlla gli **aggiornamenti** della tua pagina: quando un utente ti contatta o commenta un tuo post, trova il tempo di rispondere. Naturalmente, **evita polemiche inutili** con utenti inopportuni o maleducati: ne andrebbe della reputazione della clinica. Limitati a segnalare e/o cancellare commenti e post inopportuni sulla tua pagina.



3. Promuovi l'attività dei tuoi specialisti sui portali medici

I **portali medici** sono un altro strumento promozionale per la tua clinica, soprattutto perché gli utenti che li visitano sono già sicuramente alla ricerca di uno specialista nella loro zona. Se i tuoi specialisti sono presenti su portali medici specializzati, possono attrarre facilmente nuovi pazienti per la tua clinica.

MioDottore è il più grande portale al mondo dedicato alla medicina online, e permette ai pazienti di cercare uno specialista nella loro zona, prenotare online una visita, scrivere recensioni sul livello di servizio ricevuto e contattare i medici per domande o dubbi (nella sezione Domande e Risposte).

Grazie al **Profilo Premium** di MioDottore, i medici della tua clinica possono:

- 1) Essere trovati facilmente dai pazienti della tua zona: grazie alla **geolocalizzazione**, i pazienti cercano un medico nella loro area geografica. Quando un paziente, infatti, cerca uno specialista, il sistema richiede anche l'inserimento della località in cui vuole trovarlo (per esempio: Fisiatra - Roma).
- 2) Ottenere **maggiore visibilità** sul web: il profilo dei medici è ottimizzato per le ricerche su Google e altri motori di ricerca. Maggiore visibilità per i medici della tua clinica vuol dire anche maggiore visibilità per la clinica stessa.
- 3) Utilizzare un **sistema gestionale completo**: possono ricevere prenotazioni presso la tua clinica direttamente online da parte dei pazienti con pochi click e possono gestire e modificare il proprio calendario delle visite direttamente online. Sia i pazienti che i medici ricevono le notifiche di eventuali modifiche in tempo reale.
- 4) Indirizzare potenziali pazienti dal loro sito internet professionale (se ne hanno uno) direttamente sulla **pagina delle prenotazioni**, tramite uno strumento (simile ad un bottone, a livello grafico) detto "widget", installabile gratuitamente.
- 5) Entrare direttamente in contatto con utenti della loro zona (e dunque, potenziali pazienti per la tua clinica) attraverso la sezione **Domande e Risposte**. Anche in questo caso, al paziente viene richiesta l'area geografica, in tal modo i tuoi specialisti potranno sempre entrare in contatto con pazienti della stessa area geografica della tua clinica.



4) Campagne a pagamento su Google AdWords

Per promuovere la tua clinica su Google, puoi anche affidarti al sistema di campagne promozionali a pagamento di **Google AdWords**.

Google AdWords è uno strumento che permette la promozione del sito web della clinica (o della pagina personale dei tuoi specialisti su un portale medico) attraverso il **posizionamento non organico**. Un sito web che sfrutta Google AdWords andrà a collocarsi nella sezione sopra i risultati organici, oppure nella colonna a destra. In altre parole, quando un utente cercherà il tuo nome e la tua specializzazione sul web, AdWords lo farà comparire in un "box" che si porrà **al di sopra** dei normali risultati di ricerca della pagina.

AdWords è un servizio a pagamento e il sistema degli annunci si basa su due modalità principali:

1. **Pay per click** (PPC): la formula che richiede un esborso, da parte di chi pubblica annunci, solo se l'ad viene effettivamente cliccato da un utente.
2. **Cost per mille** (CPM), un sistema per cui si paga un costo fisso per le visualizzazioni (indipendentemente dal numero di click)

Negli ultimi anni è stato aggiunto anche un sistema che consente di pianificare il costo in base agli obiettivi prefissati, chiamati conversioni.

Una campagna su AdWords rientra nell'ambito della **Search Engine Optimization** (detta anche **SEM**): si tratta di una tecnica di marketing online attuata sui motori di ricerca, allo scopo di convertire, di fidelizzare il cliente e di promuovere il proprio brand.





Un altro elemento cruciale della promozione online di una pagina web è la **Search Engine Optimization** (di solito abbreviata in **SEO**). Si tratta dell'insieme delle tecniche e strategie che permettono ad una pagina di essere trovata dagli utenti su Google, non tra i risultati a pagamento (come avverrebbe grazie ad AdWords), ma come risultato naturale.

Facciamo dunque un esempio di ottimo lavoro SEO per cliniche: uno specialista della tua clinica, la cui pagina web o il cui profilo su un portale medico appaiano tra i **primi risultati di una ricerca di Google** quando l'utente cerca il suo nome e/o la sua specializzazione, ha senza dubbio dalla sua un lavoro di SEO molto valido alle spalle. La presenza dello specialista tra i primi risultati di ricerca, in maniera neppure troppo indiretta, farà aumentare anche la notorietà della tua clinica e, molto probabilmente, il numero di visite specialistiche presso la tua struttura.

Sia la SEM che la SEO richiedono la supervisione e la pianificazione da parte di esperti del settore per generare risultati validi, in quanto l'implementazione di tali strategie è complessa e richiede **notevoli conoscenze** tecniche e teoriche.

Le **campagne SEM** fanno parte dei servizi offerti dal Profilo Premium di MioDottore: i nostri esperti aiuteranno i medici della tua clinica a scalare le posizioni su Google rispetto agli altri specialisti della tua zona e a ottenere risultati di ricerca superiori.

Inoltre, MioDottore cura anche la SEO per il profilo dei tuoi specialisti.





5) Usa LinkedIn per ampliare il tuo network professionale

Come probabilmente già saprai, **LinkedIn** è un social molto particolare, che viene impiegato principalmente per lo sviluppo di contatti professionali.

Essere presente su LinkedIn è una strategia di marketing che può generare tre risultati interessanti:

- 1) Metterti in contatto con altri professionisti della salute e altre organizzazioni simili alla tua: il **networking** è importante in questo settore, per scoprire le best practices di ultima generazione e per sviluppare legami solidi con **nuovi talenti** nel tuo settore, che potresti in seguito attrarre all'interno della tua clinica, qualora ne avessi bisogno.
- 2) **Potenziare il tuo brand**, il tuo "marchio", all'interno del tuo ambiente professionale, unendoti a gruppi di discussione specifici con altri professionisti del settore medico.
- 3) Attirare nuovi pazienti: in questo, LinkedIn è uno strumento meno "potente" di Facebook e dei portali medici, ma al contempo è anche un dato di fatto che gli utenti LinkedIn, oltre ad essere dei professionisti nel loro settore, sono anche esseri umani, che spesso **potrebbero aver bisogno di una clinica** o potrebbero consigliarla a qualcun altro.

Dunque, essere una presenza autorevole su LinkedIn è comunque utile per generare ulteriore **"word of mouth"**, che non è altro che il caro, vecchio "passaparola" di un tempo, di cui la rete è diventata il sostituto virtuale (ma non meno efficace).





In conclusione...

- **Quanto tempo bisognerà attendere prima che una strategia di promozione per la tua clinica sul web ottenga gli effetti sperati?**

Sicuramente, come per tutte le operazioni di promozione e di marketing, due elementi sono fondamentali: la pazienza e, soprattutto, la persistenza.

“Il segreto del successo è la perseveranza verso lo scopo”

(Benjamin Disraeli)

- **È saggio affidarsi solo al marketing online?**

No. Ovviamente, anche anche altri tipi di marketing sono e restano utili (a volte, persino fondamentali) per una clinica, come ad esempio i media tradizionali (stampa, radio, TV). Più frecce abbiamo al nostro arco, meglio è.

“L’obiettivo del marketing è di rendere superfluo vendere. L’obiettivo del marketing è conoscere e capire così bene il tuo cliente che i tuoi prodotti e servizi sono talmente perfetti che per lui che si vendono da soli”.

(Peter Drucker)

- **Quale tra gli strumenti enunciati in questo eBook è il più efficace?**

Non vi è uno strumento più efficace in senso assoluto: spesso sono i target ad essere differenti, richiedendo dunque uno strumento diverso a seconda del contesto e del pubblico presso cui vogliamo promuovere la clinica. Ad ogni modo, l’unico approccio alla promozione su internet che può funzionare appieno è quello che si affida a tutti gli strumenti a disposizione.

“Il web marketing permette di fornire contenuti utili nel momento in cui una persona ne ha bisogno”

(David Meerman Scott)

Ti invitiamo a scoprire maggiori
informazioni nell'Area Medici

medici.miodottore.it

