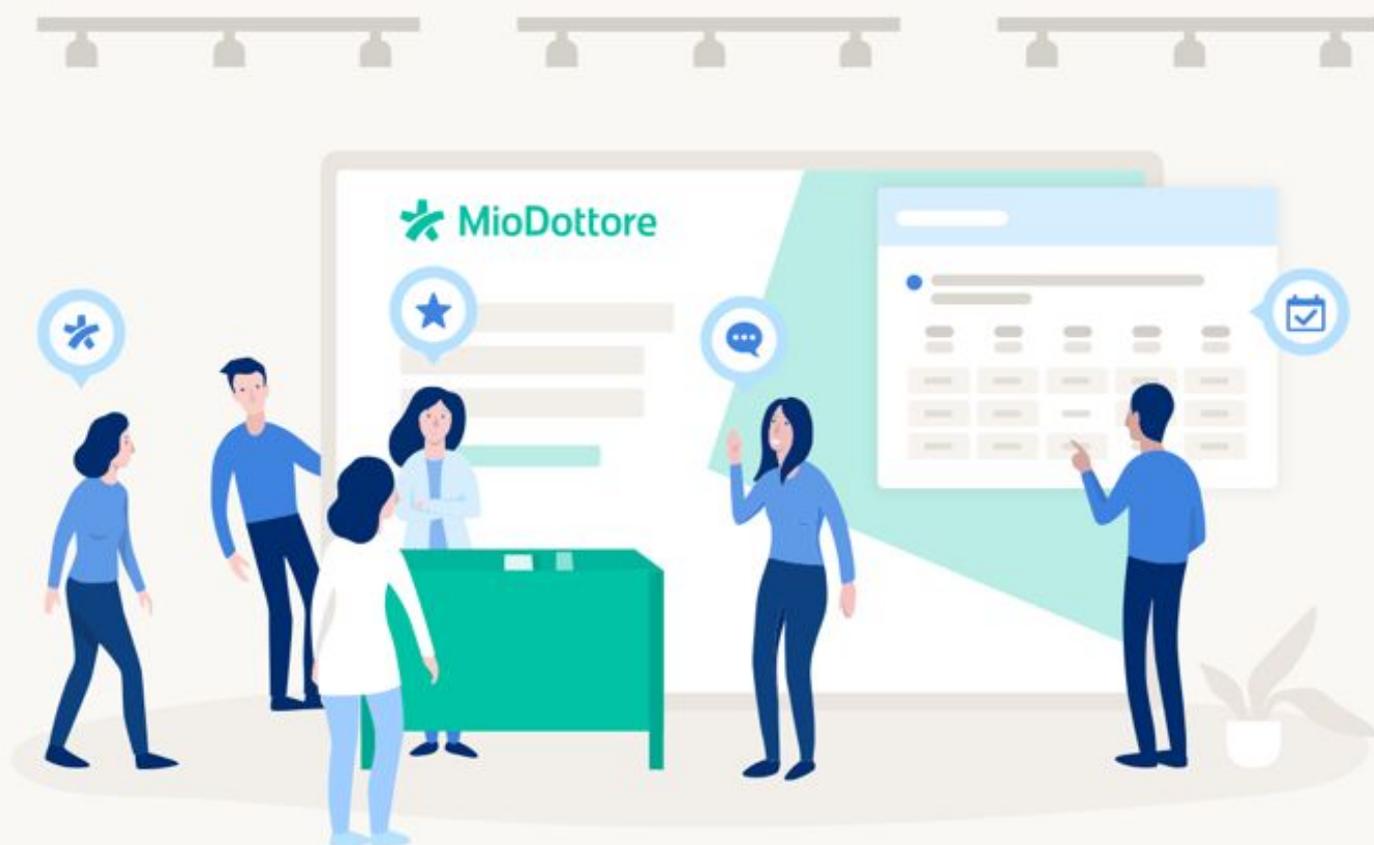


eBook

# Marketing Calendar: Come sfruttare eventi e festività per promuovere il tuo centro medico



## 1. “Marketing Calendar”? Che cos’è?

È esattamente quello che sembra: un piano di marketing costruito sulla base degli eventi più rilevanti dell’anno. Come la maggior parte degli aspetti di un business plan, richiede qualche investimento iniziale in tempo e risorse ma, ha lo scopo di **generare passaparola** e, soprattutto, **fidelizzazione** del cliente (o nel tuo caso, del paziente) e quindi un ritorno positivo sull’investimento. Un paziente fidelizzato non solo tornerà nel tuo centro per tutti i controlli, i check up e le visite future ma, genererà un passaparola che porterà nuovi pazienti a cercare il tuo studio.

Il momento in cui il marketing calendar è più utile è proprio quando si ha meno tempo per l’auto-promozione: la nostra mini-guida vuole essere una fedele compagna nella costruzione di un piano promozionale ad hoc senza spreco di tempo e denaro.

### 1.1 Mantenere una connessione col paziente nel tempo

Torniamo alla fidelizzazione: ci sono diversi elementi che puoi sfruttare per migliorare la comunicazione e la promozione del tuo centro presso i pazienti: ogni periodo dell’anno, infatti, ha delle occasioni per attirarli con novità, contenuti, promozioni, promemoria o piccoli pensieri.

L’uso di **nuove tecnologie** (SMS, email, social media) è un aspetto-cardine del calendar marketing e ti aiuta a mantenere una **connessione** con tutti i tuoi pazienti, vecchi e nuovi. Ad ogni modo, la tecnologia è solo una freccia importante al tuo arco, un mezzo: ciò che conta è avere un pizzico di organizzazione e di creatività. Proveremo a darti qualche spunto nelle pagine che seguono...

## 2. Tipologie di marketing calendar per centri medici:

Per semplificare la nostra analisi, divideremo i tipi di campagna per fidelizzare i pazienti sfruttando eventi e date, in **3 tipologie**:

- Festività, giornate mondiali e occasioni liete
- Promemoria e sondaggi
- Promozioni e novità - campagne marketing

### 2.1 Festività, giornate mondiali e occasioni liete

Ogni Natale, ogni Capodanno, a Pasqua... C'è sempre una costante nelle festività: una telefonata, un messaggino o magari anche un'email di persone care, amici, conoscenti. Sono piccoli pensieri che ci fanno piacere e ci ricordano che la persona che li ha inviati ci ha pensati.

Quello che noi chiamiamo "mantenere i rapporti" nel marketing si chiama **"engagement"** e **"fidelizzazione"** e che diverse attività commerciali (palestre, centri commerciali, grandi aziende online, ecc.) applicano da anni ormai: inviare un breve messaggio di auguri, magari via **email o SMS** e, perché no, magari ricordarci di guardare la loro ultima offerta o un omaggio in serbo per noi (può darsi che tu abbia scaricato questo ebook proprio tramite una delle nostre email, quindi ormai dovresti saperlo bene!).



## 2.2 Esempio pratico: campagna marketing natalizia

Puoi inviare una **campagna natalizia** di auguri ai pazienti del tuo centro, in 4 semplici passi:

1. Raduna tutti i **contatti** (telefonici e/o email) dei pazienti
2. Scrivi un testo semplice e chiaro "Il Dott. X e lo Studio Medico Y ti augurano Buon Natale e Felice Anno Nuovo". Vuoi renderlo più "simpatico e personale"? Bene, allora cosa ne dici di: "Ti auguro un 2020 all'insegna della gioia e della salute. Saluti, Dott. X"?
3. Inviarlo a **tutti i tuoi pazienti** durante o poco prima delle vacanze natalizie.
4. Consiglio: inserisci anche **un link** al tuo profilo MioDottore: invoglierà i pazienti a visitarlo e, eventualmente, anche a prenotare un nuovo check-up, se hai MioDottore Premium e la possibilità di ricevere prenotazioni online.

## 2.3 Tieni a mente le "giornate mondiali"

Un certo grado di sensibilità nei confronti di tematiche sociali aiuterà a migliorare la percezione dei pazienti verso la tua struttura sanitaria. A livello promozionale, è possibile sfruttare in tal senso le cosiddette "**giornate mondiali**".

Se una giornata mondiale riguarda uno degli specialisti presenti nel tuo centro, puoi utilizzarla per promuovere la prevenzione medica (e magari implementare una **particolare promozione** per i pazienti). Puoi usare email, SMS personalizzati o anche i social network (Facebook, Twitter) e il tuo sito web per promuovere una particolare iniziativa in quelle giornate.

Per esempio, come vedrai se hai scaricato il calendario digitale 2020, il 3 marzo è la **Giornata Mondiale dell'Udito**, potresti inviare una comunicazione ai tuoi pazienti per ricordare, in occasione di quella giornata, i pazienti che prenoteranno una visita o un check-up avranno un piccolo sconto. Sono piccole iniziative, ma aumentano molto il tasso di fidelizzazione dei tuoi pazienti.

## 2.3 Sfrutta i social media

Puoi dare ulteriore eco alla tua campagna sfruttando anche i social, e in particolare la tua pagina Facebook ufficiale (non ne hai ancora una? Beh, allora puoi scoprire come crearne una efficace [qui >>](#)).

In questo modo, anche i contatti che non puoi raggiungere via mail e SMS potranno apprezzare i tuoi auguri (e avrai più visibilità e reputazione online) o il tuo post sulla Giornata Mondiale dell'Udito.

facebook.com/clinicasanatrixroma/photos/a.1126901834011055/2234816036552957/?type=3&theater



### 3. Promozioni e novità - campagne marketing per pazienti

Abbiamo visto finora quali sono gli eventi che possono essere usati da un centro medico per promuoversi sfruttando festività o eventi del calendario. Ora, arriva il momento di capire quali sono i mezzi per farlo: in questo caso, si possono creare delle vere e proprie “campagne marketing” per **comunicare le promozioni** che abbiamo intenzione di implementare in occasione di un determinato evento, oppure per ricordare semplicemente loro di tornare per un check-up periodico, o per lasciare una [recensione](#) >> sul profilo MioDottore del centro.

Come fare? Non è difficile, basta seguire questi **3 passaggi**:

- 1) Stabilisci il tipo di evento che vuoi promuovere nella campagna: è l'anniversario del centro, una giornata della prevenzione, una festività del calendario?
- 2) Scegli il target di pazienti a cui vuoi inviare la comunicazione: tutti, solo alcuni, e in base a quale criterio (patologie, sesso, età, ecc.)?
- 3) Pianifica per tempo la campagna e il modo in cui vuoi inviare la comunicazione: SMS o email, ad esempio, sono i metodi più usati e comodi.

#### 3.1 Difficoltà nel creare le campagne per pazienti da soli

A questo punto, siamo certi che non avresti difficoltà a stabilire quali sono le notizie o le novità da promuovere per il tuo studio, e neppure chi sono i pazienti che le riceveranno per essere ulteriormente fidelizzati. Il vero problema, infatti, per molti centri, sta nella **mancanza dei giusti strumenti** per selezionare gruppi di pazienti a cui inviare comunicazioni massive, nel **costo** dei software di automazione o anche a una effettiva **mancanza di tempo** o di dimestichezza con la tecnologia

## 3.2 Campagne marketing per pazienti con MioDottore

Con MioDottore Premium, potrai creare **campagne marketing** dedicate via email e SMS, per comunicare in modo massivo con tutti i pazienti della vostra Agenda, per promuovere nuovi servizi, informarli di novità importanti o semplicemente ricordare loro di prenotare la prossima visita di controllo presso il centro.

Le campagne marketing possono essere create **autonomamente** da qualsiasi profilo Premium e per impostarle bastano pochi minuti e pochi click!

A quel punto, basterà lasciar fare al sistema... In un attimo, avrai raggiunto tutti i pazienti che devono ricevere la campagna.

### Approfitta di questa promozione esclusiva

Buongiorno:

Questo mese offriamo uno **sconto fino al 30% su alcuni dei nostri servizi**. Usfruisci della promozione mostrando questa e-mail.

Non dimenticare che puoi prenotare la visita direttamente online. La promozione è valida sino alla fine del mese, non perdere l'occasione!

[PRENOTA UNA VISITA](#)

*Potrai scegliere lo strumento (email o SMS) con cui raggiungere i pazienti, scrivendo il messaggio o usando i nostri template!*

**Grazie per l'attenzione,  
buon lavoro!**

**Il Team di MioDottore**