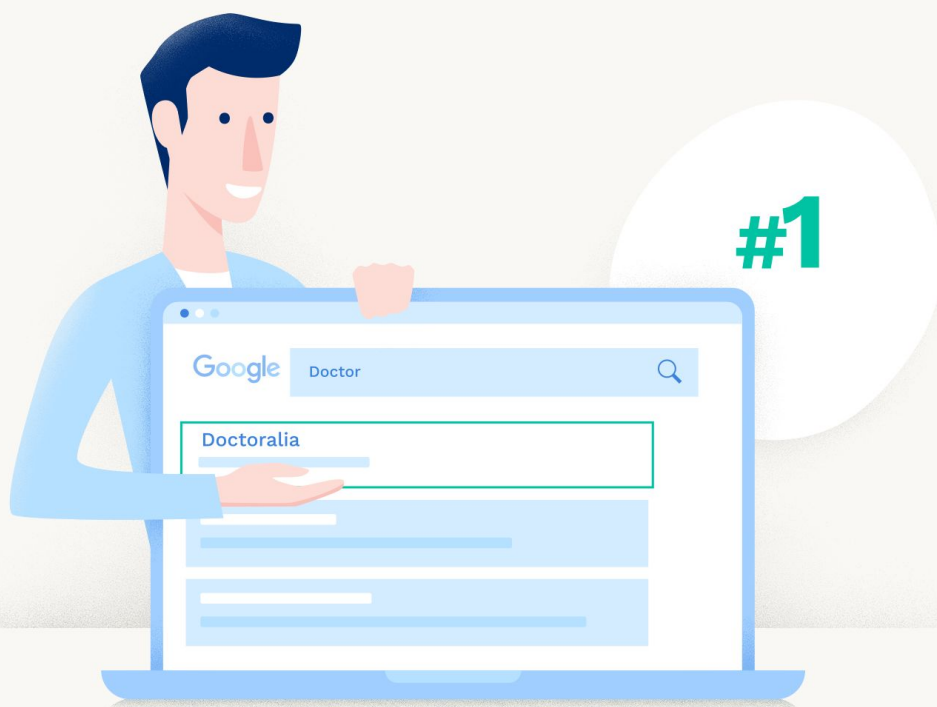


eBook

Come apparire in prima pagina su Google



Introduzione

Ti diamo il benvenuto alla terza lezione sul marketing medico per dottori e professionisti sanitari di MioDottore. In questa lezione approfondiremo le strategie più efficaci a tua disposizione per apparire nei risultati del motore di ricerca più famoso al mondo: Google.

Grazie alla sua affidabilità, Google è diventato il motore di ricerca più utilizzato al mondo. Oltre il 90% delle ricerche online passa da questo sito e - in Italia - 8 pazienti su 10 hanno cercato almeno una volta un dottore online utilizzando questo motore di ricerca.

Date queste premesse, uno degli obiettivi principali di business e professionisti è quello di apparire nella prima pagina di Google per le ricerche correlate al servizio che offrono, così da poter intercettare potenziali clienti.

Le informazioni contenute in questo eBook saranno utili a tutti quei dottori che hanno già un sito web o vogliono comprendere meglio come funziona Google.

Questo eBook è pensato principalmente per un dottore che voglia apparire nei primi risultati delle ricerche di Google tramite un sito web personale. **Se non hai un sito web** e non sei interessato agli aspetti tecnici del posizionamento sui motori di ricerca, **potrai comunque trarre vantaggio da questa guida andando direttamente all'ultimo capitolo: "Posizionarsi su Google tramite un profilo MioDottore"**.

Nei prossimi capitoli vedremo in che modo i pazienti cercano un dottore su Google e quali strumenti hai a disposizione per farti trovare sul motore di ricerca più utilizzato al mondo.

Ti auguriamo una buona lettura!

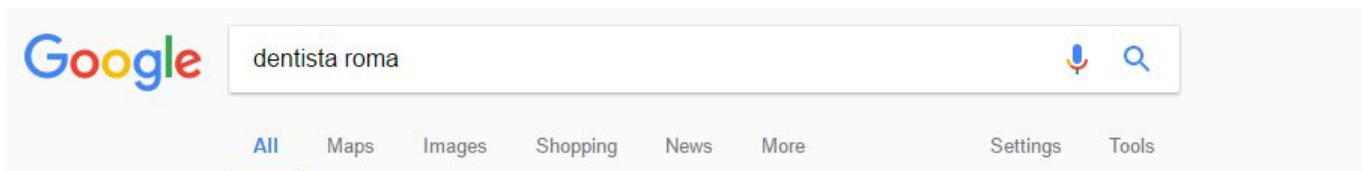
Indice

1. Google: come ti cercano i pazienti	4
1.1 Le ricerche su Google: keywords e risultati	4
1.2 Come trovare le Keywords più adatte per il tuo sito	5
2. SEO: posizionare il tuo sito web su Google	7
2.1 Il tuo sito web è ottimizzato per i motori di ricerca?	7
2.2. Un sito web professionale semplice da usare	8
2.3 Posizionarsi per le keyword individuate	9
2.4 Posizionarsi su Google con MioDottore Premium	10
3. Google Ads: una scorciatoia a pagamento	12
3.1 Promozione del profilo di MioDottore tramite Google AdWords	13
4. Conclusione	14

1. Google: come ti cercano i pazienti

In Italia, ogni mese, oltre 2 milioni di pazienti cercano uno specialista su internet. Per capire meglio come funziona la ricerca di un paziente su Google, mettiamoci nei panni di Mario Rossi, un paziente che sta cercando un nuovo dentista a Roma perché è nuovo della città e non sa a chi rivolgersi per una carie particolarmente dolorosa.

Deciso a risolvere il suo problema, Mario Rossi scrive nella casella di ricerca di Google: “dentista Roma”, ottenendo una pagina con i risultati della ricerca.



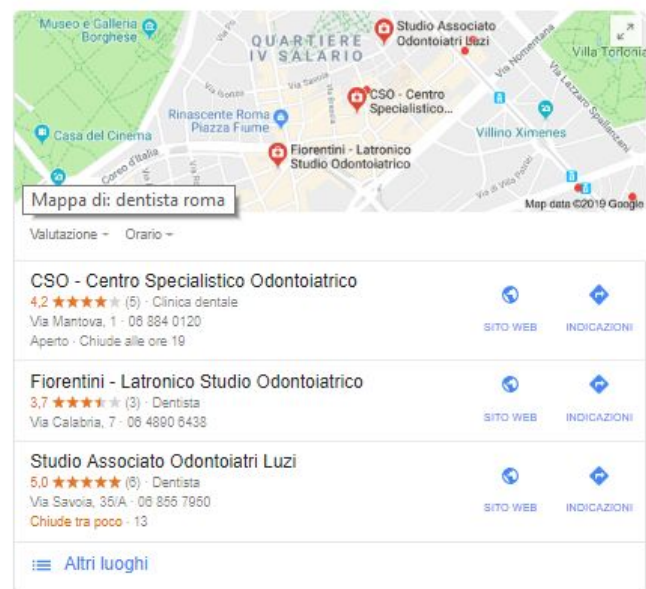
Questo semplice esempio mostra in che modo un paziente cerchi uno specialista su internet e l'importanza che ha – per un dottore – apparire tra i primi risultati quando una simile ricerca viene fatta.

1.1 Le ricerche su Google: keywords e risultati

Quando inserisci “dentista roma” su Google, **queste parole vengono considerate delle keywords, ovvero delle parole chiave**. Per ogni combinazione di keyword, Google restituisce una serie di risultati rilevanti per queste parole.

I risultati della ricerca di Mario, il paziente dell'esempio precedente, saranno racchiusi in una pagina di Google che contiene i titoli delle pagine rilevanti e un breve riassunto degli stessi.

A seguito di recenti aggiornamenti del suo algoritmo, oltre ai classici risultati che mostrano solo le pagine dei siti web, Google mostra anche altri risultati che cambiano a seconda del tipo di ricerca. Ad esempio, quando fai una ricerca di un luogo, Google ti mostra **una mappa** con tutti i possibili luoghi che corrispondono alla ricerca.



I risultati della ricerca di Mario, il paziente dell'esempio precedente, saranno racchiusi in una pagina di Google che contiene i titoli delle pagine rilevanti e un breve riassunto degli stessi.

1.2 Come trovare le Keywords più adatte per il tuo sito

Le parole per cui vuoi posizionarti su Google variano da professionista a professionista, a seconda del luogo in cui opera, della propria specializzazione, delle patologie trattate e dei macchinari utilizzati.

Quindi, non possiamo indicarti quali parole siano più adatte per te, ma ti possiamo fornire delle linee guida per trovare una lista di keyword che possano fare al caso tuo.

Le keyword principali su cui dovresti concentrare i tuoi sforzi sono:

- la tua specializzazione + la città in cui operi (per esempio: "Dentista Roma")
- Il tuo nome e cognome
- Le patologie trattate
- I macchinari con cui tratti le patologie (se rilevanti)

Se prendessimo come esempio uno psicologo di Roma, le keyword su cui dovrebbe puntare saranno: *Psicologo Roma, Luigi Verdi, disturbo del sonno, gestione dello stress, etc.*

Inoltre, se il dott. Luigi Verdi ha anche una particolare specializzazione come psicologo dovrebbe aggiungere nuove keyword alla lista, ad esempio: "sessuologo Roma", "sessuologia clinica", "approccio psico-cognitivo".

In maniera simile, **puoi fare una lista di almeno 10 keyword che riguardano la tua professione.** Nei prossimi capitoli vedremo come posizionare il tuo sito web per la lista di keyword che hai individuato.

2. SEO: Posizionare il tuo sito web su Google

Prima di cominciare questo capitolo è importante avere chiaro il significato di una sigla che forse avrai già sentito nominare: la SEO.

SEO è l'acronimo di "Search Engine Optimization", che tradotto in italiano significa: "ottimizzazione per i motori di ricerca". Questa parola viene utilizzata per indicare tutte le azioni necessarie affinché un sito web abbia struttura e contenuti di facile indicizzazione per i motori di ricerca".

In altre parole, la SEO è l'insieme delle strategie e attività svolte su un sito web per farlo apparire nei primi risultati delle ricerche di Google.

2.1 Il tuo sito web è ottimizzato per i motori di ricerca?

Ci sono vari criteri per cui Google decide se il tuo sito web sia meritevole o meno di apparire tra i primi risultati, molti dei quali sono legati alla **user experience**. In pratica, Google premia i siti che offrono i migliori contenuti e la migliore esperienza di navigazione al visitatore del sito web.

Per capire se il tuo sito web offre una buona esperienza di utilizzo, puoi rispondere a queste domande:

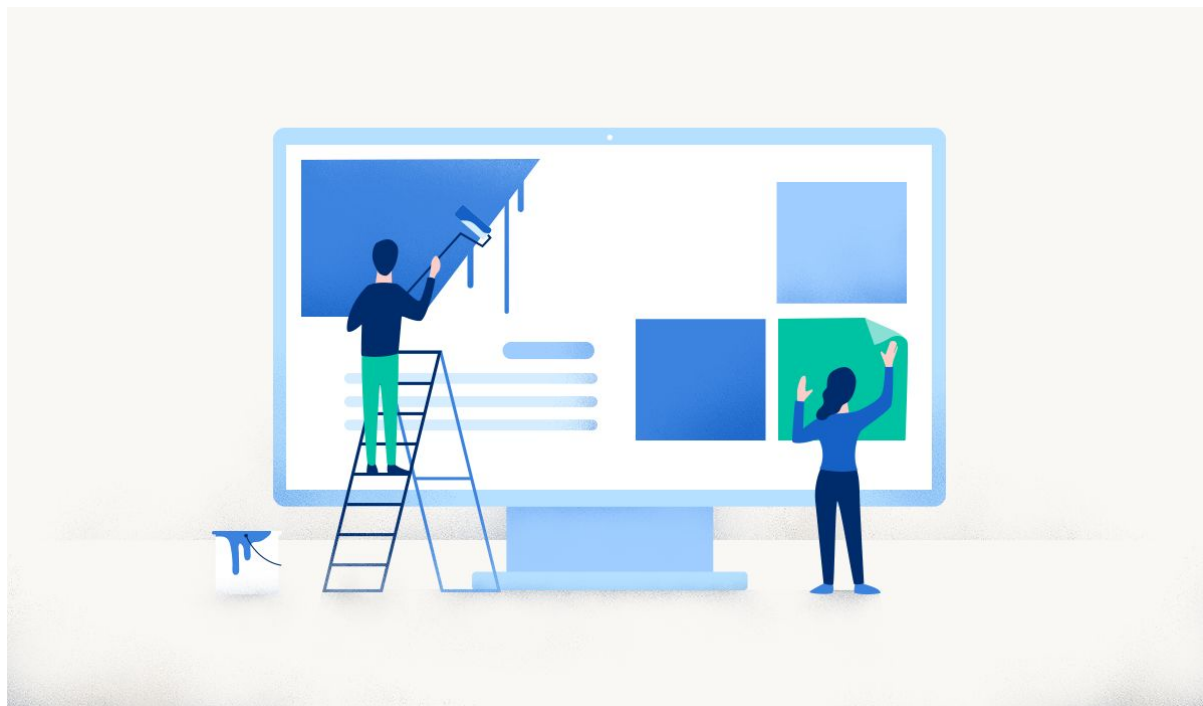
- Il visitatore trova facilmente tutte le informazioni essenziali?
- Il sito trasmette fiducia
- Sono presenti tutte le informazioni (come il nome del dottore, la partita iva, ecc.)
- Il sito è facilmente navigabile al suo interno?
- Si capisce subito cosa offre?
- Le informazioni di contatto del tuo studio sono facilmente visibili?
- E' possibile effettuare una prenotazione dal sito?
- Il sito si carica correttamente da smartphone o tablet?
- Il caricamento delle pagine avviene in tempi accettabili?

Puoi utilizzare i seguenti punti come una check list, così da individuare i punti deboli del tuo sito web che possono essere migliorati. Per la buona riuscita di questa analisi, è importante essere estremamente oggettivi e **mettersi nei panni di un utente medio** che non sia particolarmente esperto di computer.

2.2 Un sito web professionale semplice da usare

Un sito web è un biglietto da visita eccellente per qualsiasi professionista, a patto che trasmetta fiducia a chi lo visita e che sia **ottimizzato** per qualsiasi dispositivo. Infatti, è inutile apparire in prima pagina su Google, se poi le persone che entrano nel tuo sito scappano a gambe levate dopo pochi secondi!

Se ancora non hai un sito web, o quello che hai attualmente è diventato obsoleto, ti consigliamo di dare un'occhiata ai [siti web di MioDottore](#) realizzati appositamente per professionisti della sanità.



Il sito di MioDottore si aggiorna in automatico con le informazioni presenti sul profilo: di conseguenza, non ti servirà nessuna competenza personale né un webmaster per modificarlo. **Il sito è ottimizzato per ogni dispositivo e può essere personalizzato attraverso la combinazione di 9 template e 14 colori.** Soprattutto, è estremamente semplice da attivare e per usarlo non ti servirà alcuna competenza informatica.

2.3 Posizionarsi per le keyword individuate

Il tuo sito web o portale è posizionato per le parole chiave individuate nel capitolo precedente? Per scoprirlo, puoi fare una semplice ricerca delle parole chiave su Google (meglio se apri una scheda in incognito) e vedere se sei presente nei risultati della ricerca.

Dovresti essere presente almeno per le ricerche che includono il tuo nome completo, più la tua specializzazione: in caso contrario la tua visibilità su Google è minima (se non assente) **e stai perdendo potenziali pazienti che si affidano al web per cercarti e prenotare una visita.**

Per posizionare il tuo sito web per le parole chiave selezionate precedentemente e migliorare i punti deboli del tuo sito web individuati con la check list, **puoi affidarti a un SEO specialist o chiedere al tuo web master.**

Il SEO specialist è una figura professionale che si occupa di migliorare il posizionamento dei siti web su Google, mentre il webmaster è un professionista che crea e gestisce siti web. Sono entrambe categorie professionali molto richieste e sicuramente, se hai un tuo sito o una tua pagina, dovresti prevedere un budget per entrambi, sia allo scopo di raggiungere i risultati a cui punti, sia per mantenerli nel tempo.

2.4 Posizionarti su Google con MioDottore Premium

Non è necessario avere un sito web per apparire in prima posizione su Google. MioDottore Premium ti offre un profilo online, che **beneficia del posizionamento del nostro portale** per ottenere traffico da utenti interessati a prenotare una visita con un dottore della tua specializzazione nella tua zona.

Dato che MioDottore ottiene più di **2 milioni e mezzo** di visite al mese da Google, essere presenti su questo portale è un'ottima maniera per raggiungere i pazienti che si affidano al web per cercare uno specialista.

[Guarda il video di presentazione >>](#)

Un vantaggio del profilo Premium di MioDottore, rispetto a un sito web personale, è quello di essere stato creato per ottimizzare la visualizzazione di informazioni e la conversione dei visitatori in prenotazioni al tuo studio.

Il paziente che visita il tuo profilo può prenotare facilmente – 24 ore su 24, 7 giorni su 7 – attraverso un calendario online che mostra la disponibilità del dottore.

Se hai già un sito web, puoi comunque integrare la prenotazione online attraverso un widget e cominciare ad acquisire nuovi pazienti immediatamente.



3. Google Ads: una scorciatoia a pagamento

Tutte le attività di SEO (ottimizzazione del tuo sito per i motori di ricerca) incidono sul tuo posizionamento per **i risultati organici**, ovvero quei risultati scelti dall’algoritmo di Google solo in base ai criteri “meritocratici” di coerenza e autorità del dominio.

Esiste però una “scorciatoia” per apparire tra i primi risultati di Google senza fare attività di SEO, ed è quella di pagare Google per promuovere il tuo sito web tra i primi risultati . La piattaforma con cui puoi accedere a questo servizio si chiama **Google Ads**.

I risultati “a pagamento” di Google si differenziano visivamente da quelli organici perché comprensivi della scritta “Ann.” o “Ad.” e si posizionano prima o dopo i 10 risultati organici (mai nel mezzo).



Grazie a Google AdWords potrai promuovere il tuo sito o pagina web per determinate keywords. Il costo della promozione del tuo sito web su Google è variabile e dipende da quante altre persone sono disposte a pagare per apparire per quelle ricerche.

3.1 Promozione del profilo di MioDottore tramite Google AdWords

Oltre alle campagne di SEO, il team di marketing di MioDottore si occupa di promuovere il tuo profilo personale con campagne SEM su Google AdWords – il servizio a pagamento di Google – **per assicurarti di apparire tra i primi risultati ogni qualvolta un paziente cerchi il tuo nome su Google.**

Dato che MioDottore compra la pubblicità da Google per decine di migliaia di profili, otteniamo un prezzo molto più basso di quello che potrebbe ottenere un singolo utente.

4. Per concludere...

In questo eBook abbiamo affrontato un argomento importante del marketing medico: **posizionarsi su Google attraverso la SEO, Google AdWords e MioDottore.**

Oltre ai concetti base di queste discipline, ti abbiamo fornito alcuni strumenti utili da utilizzare fin da subito per cominciare la tua ascesa tra i primi risultati di Google.

Nonostante l'apparente semplicità, quando ci occupiamo di SEO bisogna mantenere un approccio realistico e sapere che i risultati richiedono tempo e si possono ottenere solo grazie a un costante impegno.

Tuttavia, il vantaggio di avere un sito ben posizionato su Google è quello di portarti prenotazioni in maniera organica e aumentare la tua reputazione online come professionista.

Non bisogna scordare che altri strumenti, come Google Ads e MioDottore, ti consentono di ottenere risultati più velocemente e, oltre a rappresentare un'alternativa, possono anche essere degli strumenti complementari al posizionamento di un sito web.

**Grazie per l'attenzione,
alla prossima lezione!**