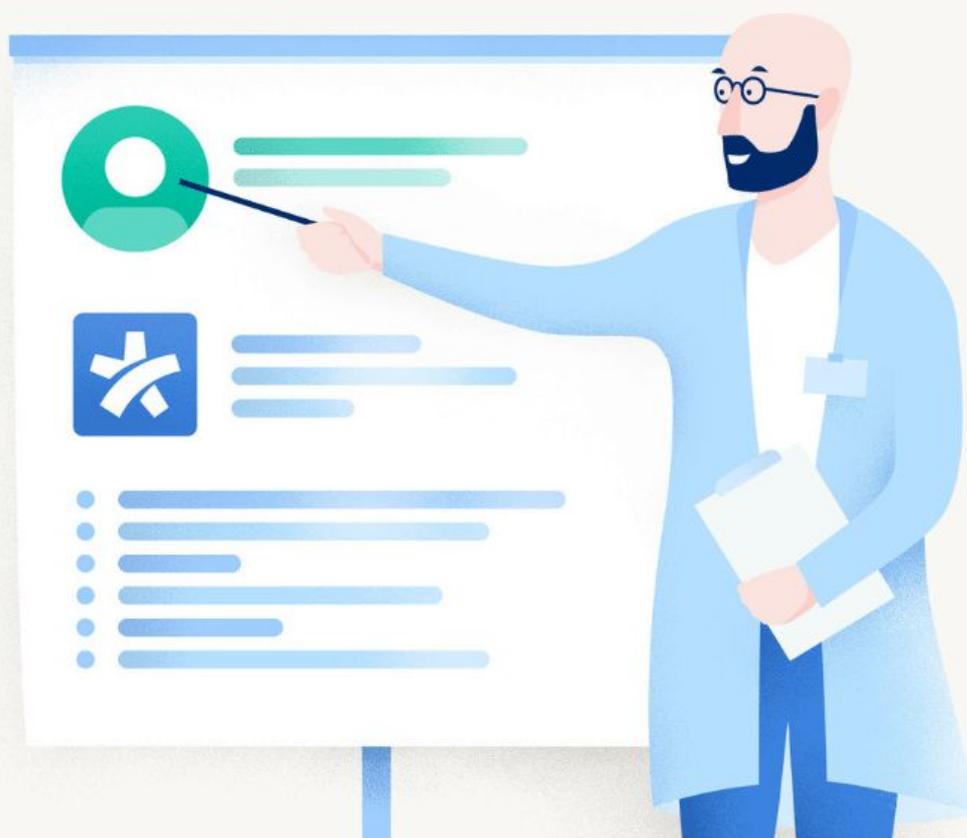


eBook

Storie di successo: 2 “case studies” di marketing medicale



Indice

1. Case Study - Studio Dentistico Massaccesi	3
a. Una breve panoramica dello studio	3
b. Cura del brand: il logo	3
c. Sito Web	4
d. Pagina Facebook ufficiale	6
e. Profilo su MioDottore	7
e. Intervista alla Dottoressa Massaccesi	9
2. Case Study - Centro Studi Tommaso	11
a. Una breve panoramica del centro	11
b. Pagina Facebook ufficiale	11
c. MioDottore Premium per centri medici	12

1. Case Study: Studio Dentistico Massaccesi

a. Una breve panoramica dello studio

Lo **Studio Dentistico Massaccesi** è ubicato a Roma ed è gestito dalla dott.ssa Barbara Massaccesi. Vi lavorano, inoltre, 2 igieniste dentali, 2 assistenti e una segretaria. Il centro ha una forte presenza online grazie all'integrazione tra un sito internet professionale, MioDottore premium e una pagina Facebook.

b. Cura del brand: il logo

Una delle prime cose che salta all'occhio, nell'analisi di questo studio dentistico, è la cura del **brand**, che avviene anche a livello grafico e visivo. Un ottimo esempio di questa strategia di brandizzazione è il sapiente utilizzo di un proprio logo, che campeggia in tutti i materiali promozionali dello studio, sia offline (brochure, porta dello studio, raccoglitori, bigliettini da visita, ecc.) che online (sito web, pagina Facebook).

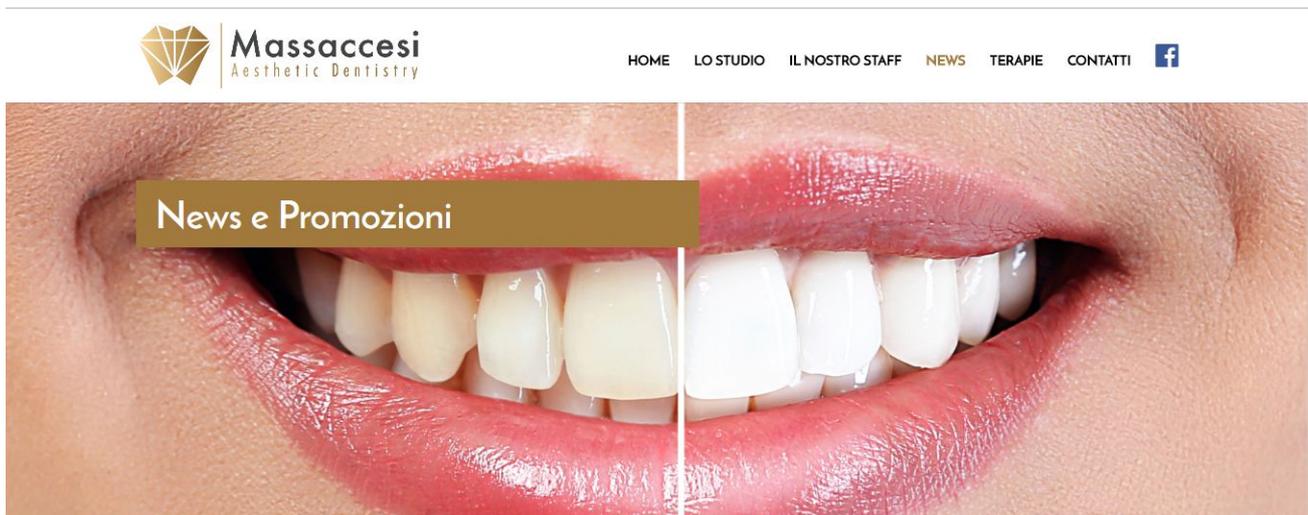


Il logo raffigura in maniera semplice, stilizzata ed elegante la lettera M (iniziale del centro), un dente e un diamante (estetica). Con una sola, semplice immagine, tale logo riesce a comunicare in maniera efficace tutti gli aspetti del centro dentistico a cui si riferisce e stabilisce da subito un **"gancio visivo"** presso pazienti e potenziali pazienti, che contribuisce a differenziarlo dalla concorrenza. Come analizzato nella parte del corso inerente al marketing offline e online, la **brandizzazione** è molto importante per qualsiasi

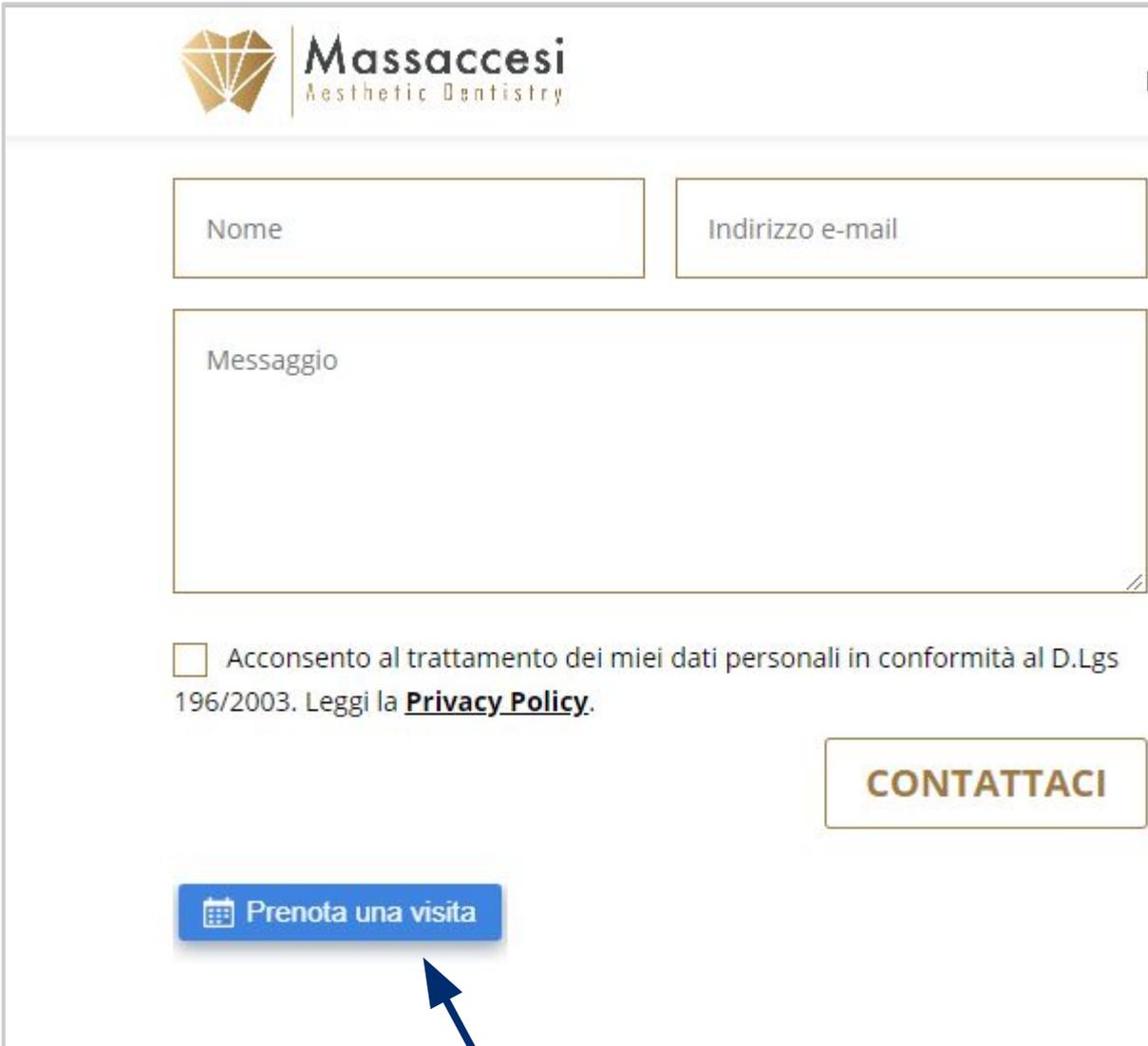
studio che voglia differenziarsi dagli altri della medesima area geografica e specializzazione.

c. Sito web

Lo studio Massaccesi dispone di un sito web professionale e ben curato dal punto di vista grafico. Come già indicato nell'ambito di questo corso in più di un'occasione, avere un sito web ben curato è molto importante per aumentare la visibilità di un professionista della salute o di un centro medico.



La pagina ha delle **sezioni** ben suddivise: "Home" (ossia la pagina iniziale), "Lo Studio", "Il Nostro Staff", "News", "Terapie" e "Contatti". Anche in questo, il sito web rispetta tutte le buone pratiche di un sito web professionale per studi medici: il paziente che lo visita ha già tutte le informazioni utili sullo studio a portata di click e facilmente consultabili nelle apposite sezioni. Come si può notare dall'immagine qui sopra, inoltre, è presente anche un **collegamento alla pagina Facebook ufficiale** dello studio, che analizzeremo a breve.



 **Massaccesi**
Aesthetic Dentistry

Nome

Indirizzo e-mail

Messaggio

Accosento al trattamento dei miei dati personali in conformità al D.Lgs 196/2003. Leggi la [Privacy Policy](#).

CONTATTACI

 **Prenota una visita**

All'interno del sito web, nella sezione campeggia il pulsante "Prenota una visita": si tratta di **un widget**, ossia un pulsante che invia i visitatori del sito al profilo MioDottore della Dottoressa Massaccesi, consentendo loro di **prenotare** una visita con un click.

d. Pagina Facebook Ufficiale:



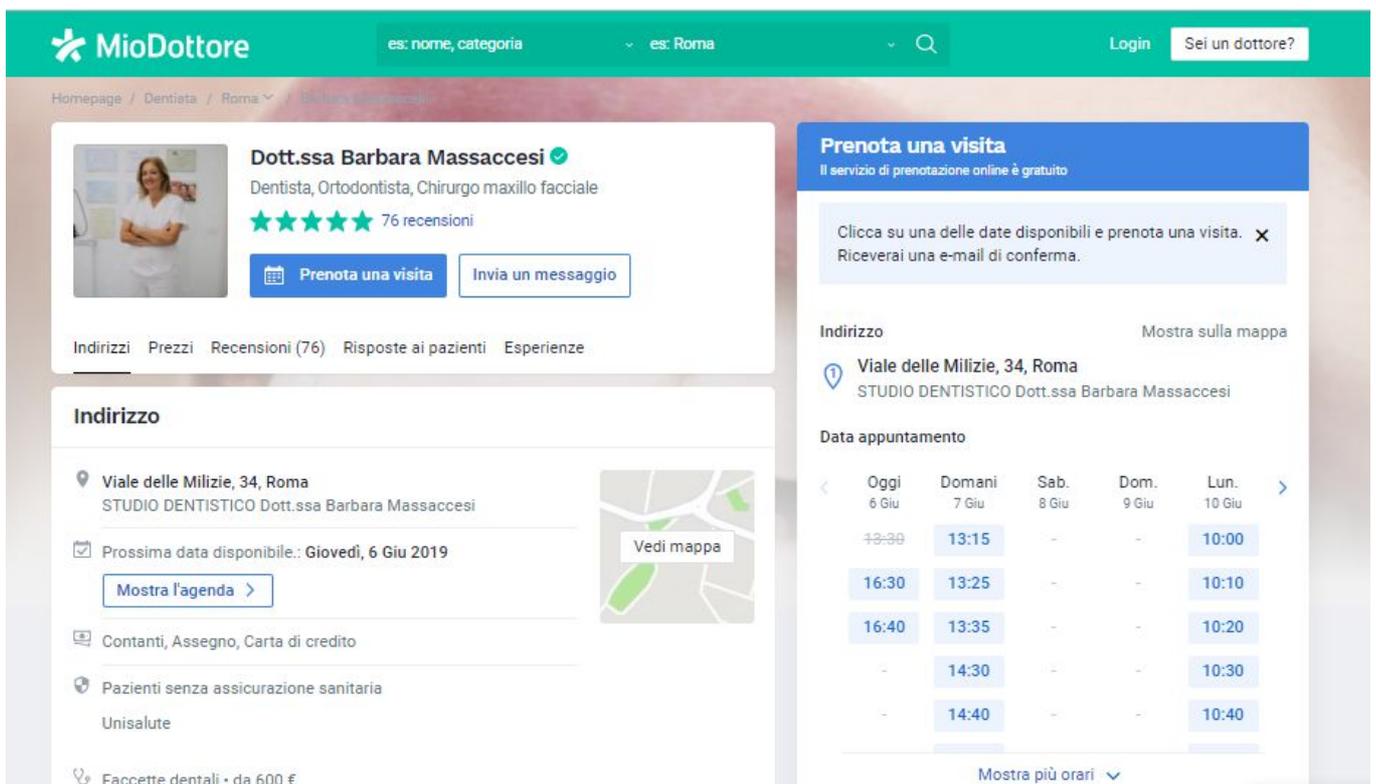
Lo Studio Dentistico Massaccesi ha anche una pagina ufficiale su Facebook. Come già evidenziato nell'ambito di questo corso, essere presenti sui social network è una "best practice" per qualsiasi studio, professionista o centro medico: i pazienti apprezzano molto questo livello di "accessibilità" da parte degli specialisti, inoltre una pagina ufficiale su Facebook è un ottimo modo per aumentare la propria **visibilità online** e migliorare la propria immagine professionale.

Come intuibile già dall'immagine inserita qui sopra, la pagina dello studio è molto curata, anche a livello grafico: come immagine di copertina possiamo osservare due ragazze che sfoggiano degli impeccabili sorrisi, mentre come immagine del profilo lo studio ha giustamente scelto di usare il proprio logo (ulteriore strategia di brandizzazione, semplice ma efficace).

Inoltre, la pagina ha un buon numero di post e aggiornamenti periodici, che servono a mantenere alto il livello di interesse di chi ha messo "mi piace" alla pagina e la segue, e a dare informazioni su novità e offerte.

e. Il profilo su MioDottore

La Dottoressa Barbara Massaccesi, titolare dello Studio Dentistico, ha un profilo **Premium** su MioDottore. Il profilo è molto ben curato, con foto della specialista e dello studio, informazioni utili per i pazienti (contatti, indirizzo, prestazioni, ecc.), un calendario attivo che consente allo studio di ricevere **prenotazioni online**.



The screenshot shows the profile of Dott.ssa Barbara Massaccesi on the MioDottore platform. The profile includes a photo, a 5-star rating with 76 reviews, and buttons for 'Prenota una visita' and 'Invia un messaggio'. The 'Indirizzo' section lists 'Viale delle Milizie, 34, Roma' and 'STUDIO DENTISTICO Dott.ssa Barbara Massaccesi'. The 'Data appuntamento' section shows a calendar view with available slots for 6, 7, 8, 9, and 10 June.

Indirizzo

Viale delle Milizie, 34, Roma
STUDIO DENTISTICO Dott.ssa Barbara Massaccesi

Prossima data disponibile: **Giovedì, 6 Giu 2019**

Mostra l'agenda >

Contanti, Assegno, Carta di credito

Pazienti senza assicurazione sanitaria
Unisalute

Faccette dentali • da 600 €

Prenota una visita
Il servizio di prenotazione online è gratuito

Clicca su una delle date disponibili e prenota una visita. Riceverai una e-mail di conferma.

Indirizzo Mostra sulla mappa

Viale delle Milizie, 34, Roma
STUDIO DENTISTICO Dott.ssa Barbara Massaccesi

Data appuntamento

Oggi 6 Giu	Domani 7 Giu	Sab. 8 Giu	Dom. 9 Giu	Lun. 10 Giu
13:30	13:15	-	-	10:00
16:30	13:25	-	-	10:10
16:40	13:35	-	-	10:20
-	14:30	-	-	10:30
-	14:40	-	-	10:40

Mostra più orari v

Inoltre, si può subito notare come, con quasi **80 recensioni**, lo studio possa anche sfruttare bene questo ulteriore strumento, che garantisce ancora maggior visibilità presso nuovi, potenziali pazienti. Come evidenziato altrove in questo corso, ricevere recensioni positive è importante, ma anche trovare il tempo di **rispondere ai pazienti** lo è, sia per una questione di disponibilità e correttezza, sia perché fa sentire il paziente ascoltato e apprezzato nel suo feedback e lo fidelizza. Vediamo come, anche sotto questo aspetto, lo Studio Dentistico Massaccesi segua perfettamente questa buona pratica:

 **Isabella Tartaro**
Paziente verificato ✓ ★★★★★

18 aprile 2019 Presso: STUDIO DENTISTICO Dott.ssa Barba...Altro

La dott.ssa Massaccesi svolge la sua attività con professionalità e meticolosità avvalendosi dell'ausilio di moderni strumenti di diagnostica. Desidero esprimere i miei complimenti alla sua assistente e alla segretaria per la cortesia e disponibilità.

Dott.ssa Barbara Massaccesi 

Grazie della recensione. A presto!

 **Valentina**
Paziente verificato ✓ ★★★★★

4 aprile 2019 • [Visita prenotata su MioDottore.it](#) • Presso: STUDIO DENTISTICO Dott.ssa Barba...Altro

La Dottoressa Barbara Massaccesi è stata bravissima, professionale, gentile, precisa e indolore. Ho apprezzato molto l'igiene dello studio e la cortesia del personale di staff. Consigliatissima l'igiene dentale e lo sbiancamento effettuati dalla Dottoressa Valeria.

Dott.ssa Barbara Massaccesi 

Grazie Valentina da parte di tutto lo staff! A presto ????

f. Intervista alla Dottoressa Massaccesi

MioDottore: Quali sono, a suo parere, gli elementi del brand del suo studio più importanti che vi differenziano, sia online che offline?

Dott.ssa Massaccesi: Il logo, ristilizzato di recente insieme all'intera veste grafica dello studio, ha di certo la sua importanza nell'immediatezza della comunicazione; ma sui social come nel contatto diretto con i pazienti, online come offline, si richiede ormai un'efficace capacità di narrazione di se stessi.

Nella storia dello studio dentistico Massaccesi è possibile riconoscere un dato imprescindibile: la nostra base di qualità ed efficienza, aggiornamento costante e approfondimento scientifico, quella che insomma possiamo chiamare "**tradizione**", non ha mai rappresentato una scusa per riposare sugli allori e star fermi, perché la sfida – sempre accettata – è stata quella di andare incontro alle nuove sensibilità delle persone, settate su modalità ed esigenze di comunicazione nuove e più libere. Insieme a questa **predisposizione social**, l'altra caratteristica che qualifica lo studio è la particolare attenzione riservata all'odontoiatria **estetica** (faccette in ceramica, Invisalign, impianti a carico immediato etc...), la nostra specialità, all'interno di un pur vasto ventaglio di servizi e terapie in grado di andare incontro a qualsiasi esigenza.



MioDottore: In che modo avere una presenza online ha apportato vantaggi al suo studio?

Dott.ssa Massaccesi: *Da quando abbiamo portato lo studio Massaccesi in rete, con una cura tutta nuova rivolta al sito e alla sua presenza nei canali social più diffusi, i riscontri sono stati assolutamente positivi. Non parliamo soltanto in termini numerici, perché l'**aumento dei pazienti**, le tantissime **recensioni** positive e la **maggior riconoscibilità** del marchio dello studio sono soltanto gli effetti ultimi di un **rapporto nuovo, più fluido, tra medico e paziente**; un rapporto che, anche attraverso il web e le possibilità di ricerca e informazione che questo garantisce, va reinventato giorno dopo giorno, caricando il paziente di nuova consapevolezza e il medico di ulteriore responsabilità.*

MioDottore: Le recensioni online hanno avuto un impatto positivo sulla visibilità e/o sull'acquisizione di nuovi pazienti da parte dello studio?

Dott.ssa Massaccesi: *Le **recensioni sono fondamentali**: noi le abbiamo sempre considerate come il biglietto da visita che i pazienti ci offrono in cambio di quello dello studio: rivelano l'essenziale in merito al paziente, ai suoi desideri e allo stato della relazione che si è instaurata tra lui e lo Studio. Dopo una prima visita o un intervento complesso, la sua soddisfazione è naturalmente la nostra.*

E se anche dovesse arrivare un riscontro meno positivo, sarebbe comunque uno stimolo a capire e migliorarsi.

MioDottore: Pensa che il web e le nuove tecnologie abbiano cambiato la comunicazione medico paziente? Se così fosse, ha trovato l'utilizzo delle funzionalità di MioDottore Premium utile nella comunicazione coi pazienti?

Dott.ssa Massaccesi: *La parola d'ordine, oggi, è “**agilità**”. Agilità dell'interfaccia tra studio medico e paziente, nella gestione dell'agenda, nella comunicazione. I **messaggi di promemoria degli appuntamenti** e l'invito via **SMS** a rilasciare una recensione si inseriscono nell'atteggiamento complessivo con cui lo Studio può e deve andare incontro al paziente garantendogli la sensazione di un **servizio per così dire “sartoriale”,** personalizzato, non solo nei fatti e nello sviluppo delle terapie, ma anche nell'atteggiamento generale, fin dal primissimo contatto.*



2. Case Study - Centro Studi Tommaso

a. Una breve panoramica del centro

Centro Studi Tommaso è una **clinica con tre sedi** nella provincia di Roma.

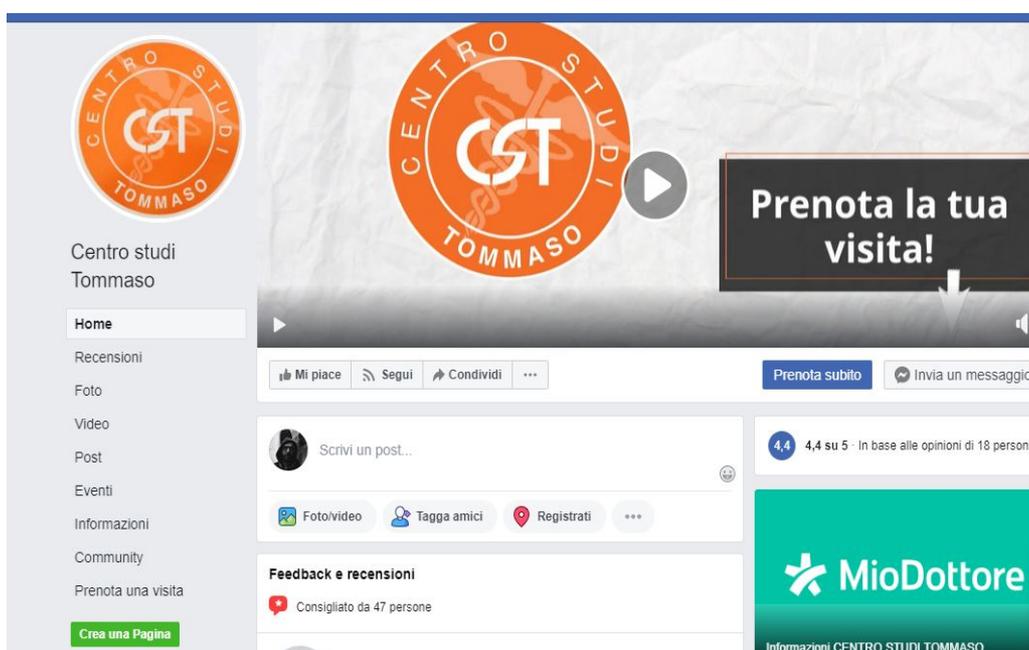
La clinica non ha un suo sito web, ma utilizza comunque in maniera ottimale il web per promuoversi, tramite due mezzi principali:

- Facebook
- MioDottore

b. Pagina Facebook ufficiale

Come già visto nel caso dello Studio Dentistico Massaccesi, una buona pagina Facebook ufficiale è sempre un ottimo strumento per la **visibilità** di un centro medico.

La pagina Facebook del Centro Studi Tommaso, in tal senso, è “da manuale”.



Sulla pagina campeggiano infatti il logo della clinica, un'immagine di copertina che è in realtà **un vero e proprio video introduttivo** sulla clinica e ciò che offre ai pazienti, e il **widget** per prenotare una visita su MioDottore.



c. MioDottore Premium per centri medici

Centro Studi Tommaso passa a MioDottore Premium nell'Aprile del 2018.

Al momento di passare a MioDottore Premium, la clinica aveva due principali obiettivi, ossia migliorare la propria visibilità sul web e acquisire nuovi pazienti attraverso il web.

Nell'arco di soli due mesi, ottiene **73 recensioni online** e ben **220 prenotazioni** sul profilo MioDottore del centro.

Ad oggi, la clinica ha collezionato ben **365 recensioni** e **932 prenotazioni online**.

Il motivo di questo successo? Sicuramente, una parte del merito va all'utilizzo costante e sapiente che la clinica ha fatto delle **funzionalità di MioDottore Premium** (ad esempio, gli SMS di promemoria che ricordano ai pazienti di scrivere la propria recensione dopo la visita) e all'attivazione e utilizzo delle **prenotazioni online H24** da parte dei singoli dottori della struttura.

Inoltre, l'utilizzo di un social come Facebook, che può raggiungere un enorme numero di potenziali pazienti, e **l'integrazione di Facebook** con strumenti come il widget (di cui abbiamo parlato nelle precedenti pagine) ha consentito al Centro Studi Tommaso e ai suoi dottori non solo di raggiungere un numero maggiore di visitatori al proprio profilo MioDottore e alla propria pagina ufficiale su Facebook, ma di convertire tali visitatori (o comunque, una buona percentuale di essi) in pazienti effettivi, ergo in nuove prenotazioni.

Se vuoi sapere di più sull'esperienza del Centro Studi Tommaso, puoi anche guardare la **[videointervista con la Dottoressa Silvia Fiorucci](#)**, psicologa e responsabile del Centro Studi Tommaso.

Grazie per l'attenzione!

**Speriamo che il corso sia
stato di tuo interesse!**

