

Come acquisire nuovi pazienti online



 **Dott. Claudio Moro** 

★★★★★

 Offre consulenze online

 Prenota una visita

 MioDottore

Contenuti

Introduzione	03
Quali sono le aspettative dei pazienti?	04
I canali digitali	06
Pagina Facebook ufficiale	09
Il posizionamento su Google	11
Un profilo sui portali tematici	15
Conclusioni	17

Introduzione

Una delle principali sfide che le strutture medico-sanitarie si trovano ad affrontare oggi è l'approccio alle nuove modalità e tecnologie della comunicazione. Abbracciare l'universo della comunicazione digitale e il mondo dei social media è diventata una necessità, in ambito sanitario, per acquisire pazienti online. Prova di questa "trasformazione digitale" è il fatto che per il **74% degli italiani** che cercano consigli sulla salute la rete è diventata il secondo punto di riferimento dopo il medico. Il web è di facile consultazione e accessibile: gli utenti cercano le informazioni su forum, portali medici e social network. Conoscere questi "**luoghi del web**" e le aspettative degli utenti è fondamentale per comunicare con i **pazienti 2.0 e acquisirli online**. Grazie a questo eBook, conoscerai le aspettative dei pazienti 2.0 e i canali digitali da presidiare, così come le strategie più efficaci per aumentare la tua base di pazienti online.



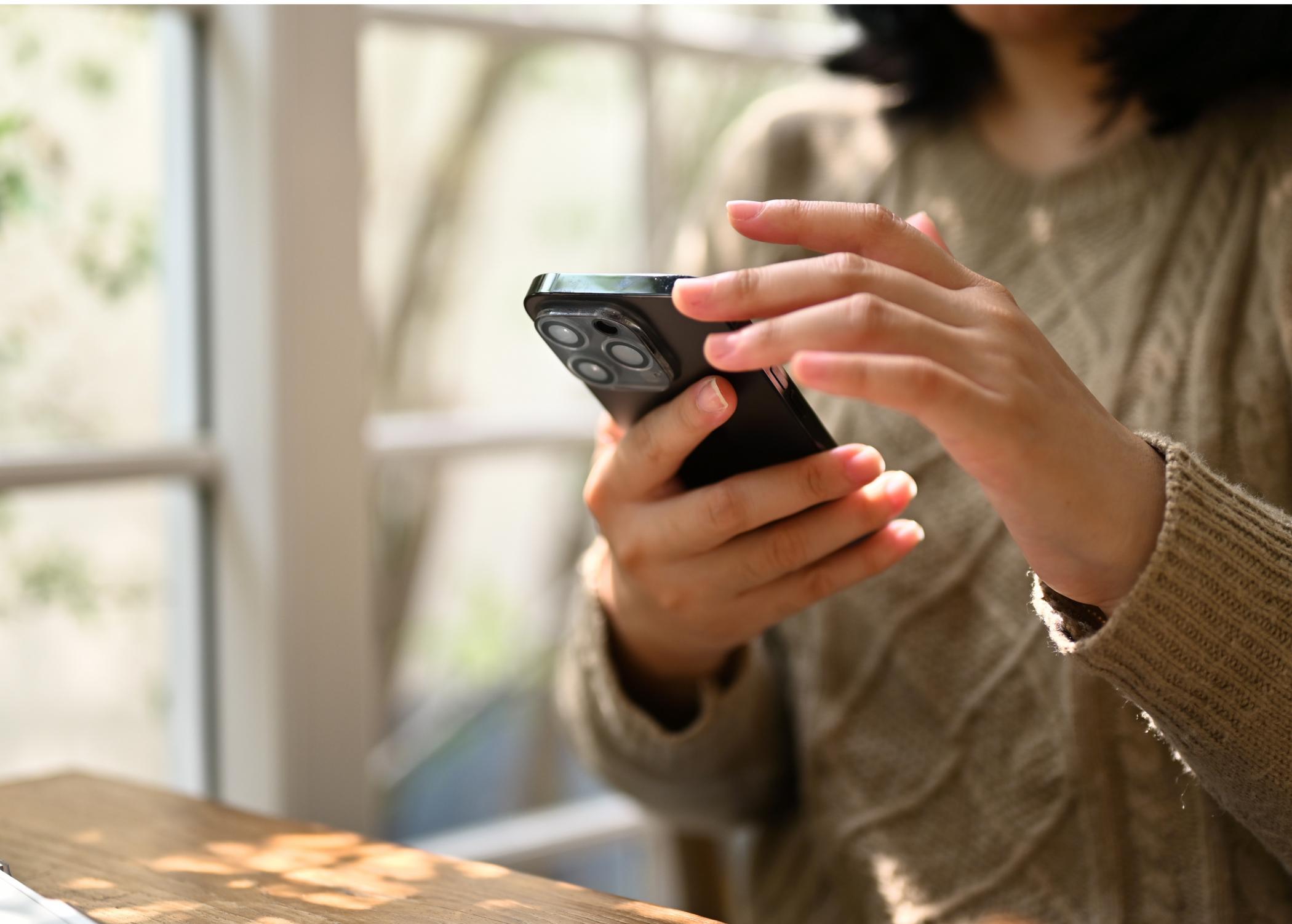
Quali sono le aspettative dei pazienti?

IL PAZIENTE 2.0

Come abbiamo già accennato, il “paziente 2.0” (ovvero colui che utilizza regolarmente le nuove tecnologie in ambito sanitario) ha alzato l’asticella in termini di aspettative nei confronti dello specialista e del servizio che gli viene offerto. Per rendersi conto di questo cambiamento, basta fare una ricerca su blog e forum di ambito medico per notare che i commenti e le recensioni sugli specialisti non riguardano solo le competenze tecniche, ma anche il livello del servizio offerto dalla struttura dove lo specialista esercita la propria attività.

É facile prenotare una visita online?

Le disponibilità orarie degli specialisti sono consultabili sul web? È stato facile contattare un responsabile o uno specialista del centro medico per avere informazioni? Per soddisfare questo tipo di richieste è necessario conoscere gli strumenti che offre il web, presidiarli e utilizzarli a proprio vantaggio.



A close-up photograph of a smartphone screen displaying the Google logo in its characteristic multi-colored font. Below the logo is a white search bar with a microphone icon on the right side. The phone's black bezel is visible at the top and bottom edges.

I canali digitali

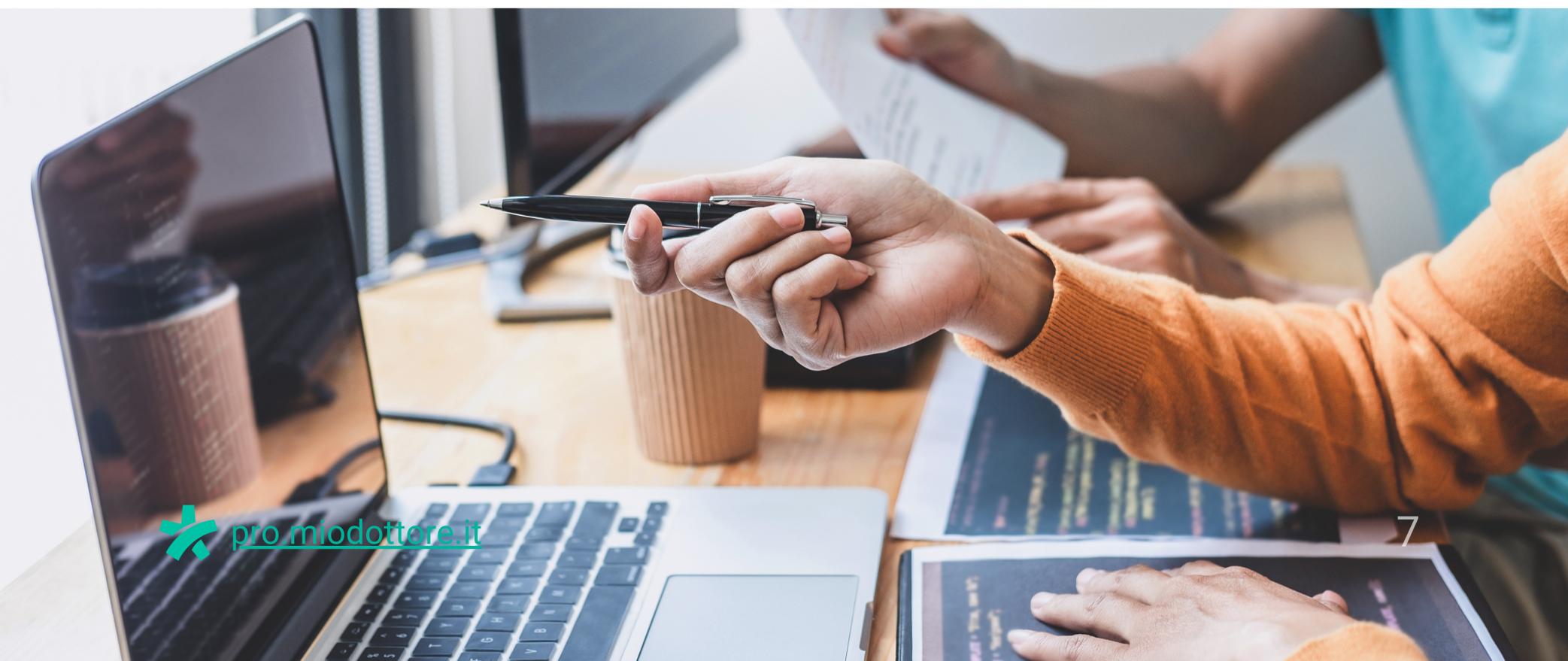
I canali digitali sono quei “**luoghi**” **del web** dove poter entrare in contatto con i tuoi pazienti ideali e stimolarli a scegliere la tua struttura sanitaria per tutte le loro esigenze legate alla salute. **Il sito web, i social network, Google e i portali tematici sono i canali più utilizzati:** conoscerne le caratteristiche ti aiuterà a costruire il tuo biglietto da visita digitale.

SITO INTERNET

Il sito web è uno strumento che può generare profitto e saperlo utilizzare al meglio può permettere alla tua struttura di emergere. Prima di iniziare con la sua creazione, definisci gli obiettivi e il tipo di pazienti a cui vuoi rivolgerti; stabilisci le caratteristiche che dovrà avere sia a livello grafico che di contenuti.

Inoltre, assicurati che il sito:

- Sia ben curato e abbia un **aspetto professionale**
- Abbia una sezione per tutte le **informazioni di contatto** (indirizzo, numero di telefono, contatto email, orari di apertura e chiusura)
- Abbia una sezione per le **foto** professionali che mostrano gli specialisti, la struttura, la sala d'attesa, i laboratori e le apparecchiature
- Sia **ottimizzato** anche su tablet, smartphone e **dispositivi mobile**
- Permetta ai pazienti che ti cercano online di **prenotare una visita**



CHI VISITA IL SITO HA LA POSSIBILITÀ DI PRENOTARE?

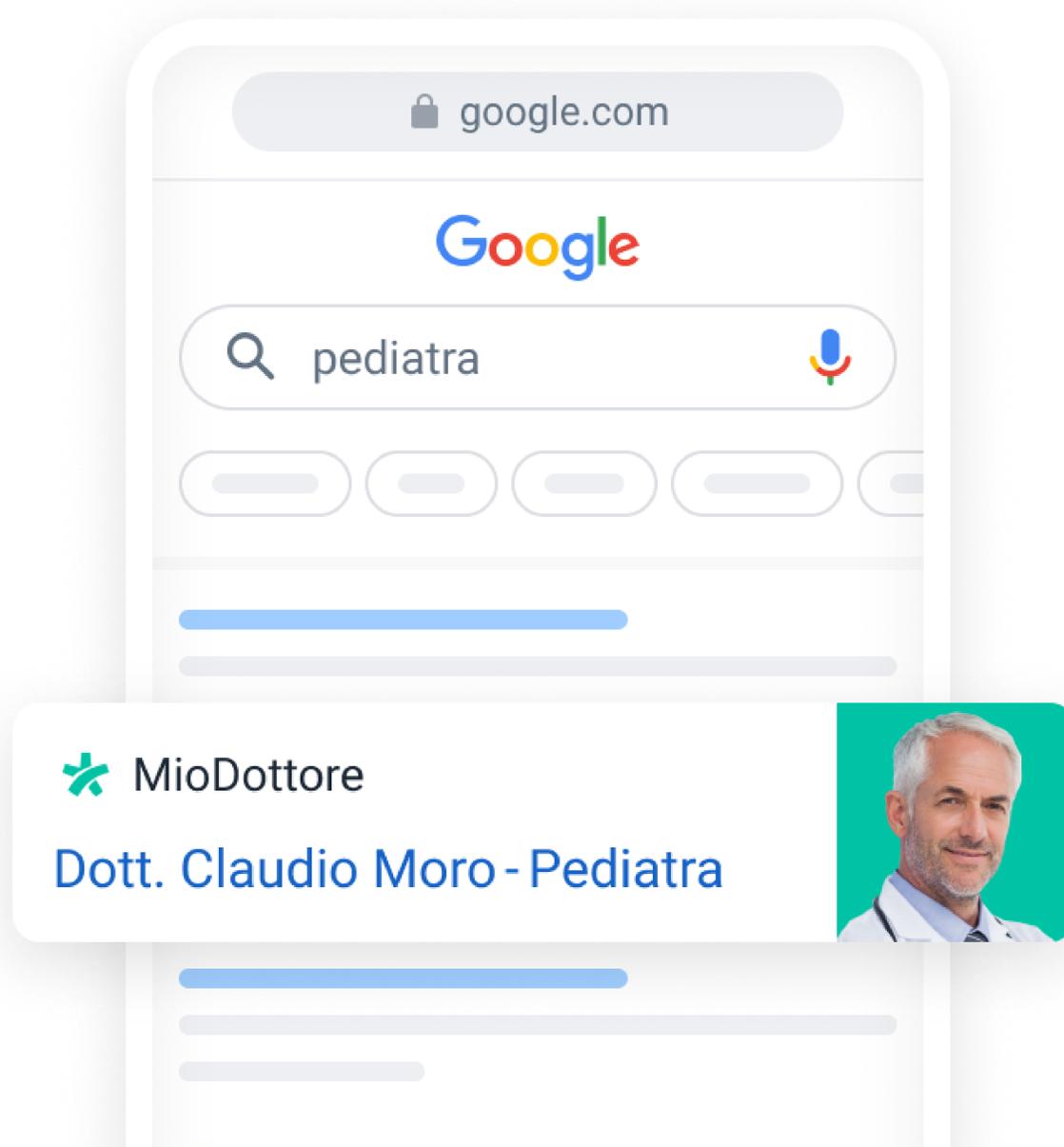
Dalle ultime ricerche è emerso che il **77% dei pazienti** ritiene molto importante la possibilità di **prenotare una visita, modificarla o cancellarla direttamente online**. MioDottore, ad esempio, offre la possibilità di inserire un “widget” direttamente sul sito web della tua struttura.

Cos'è il widget?

Il widget è uno strumento che appare sotto forma di “pulsante” cliccabile che indirizza i visitatori del tuo sito internet alla sezione prenota una visita del profilo MioDottore. È possibile inserire il widget non solo all'interno del un sito web ma anche sulla pagina Facebook ufficiale del tuo studio.

Grazie a questa funzionalità sarà possibile, inoltre, prenotare fuori dall'orario di apertura del centro, H24, 7 giorni su 7. L'appuntamento sarà aggiunto automaticamente all'agenda online del tuo studio.

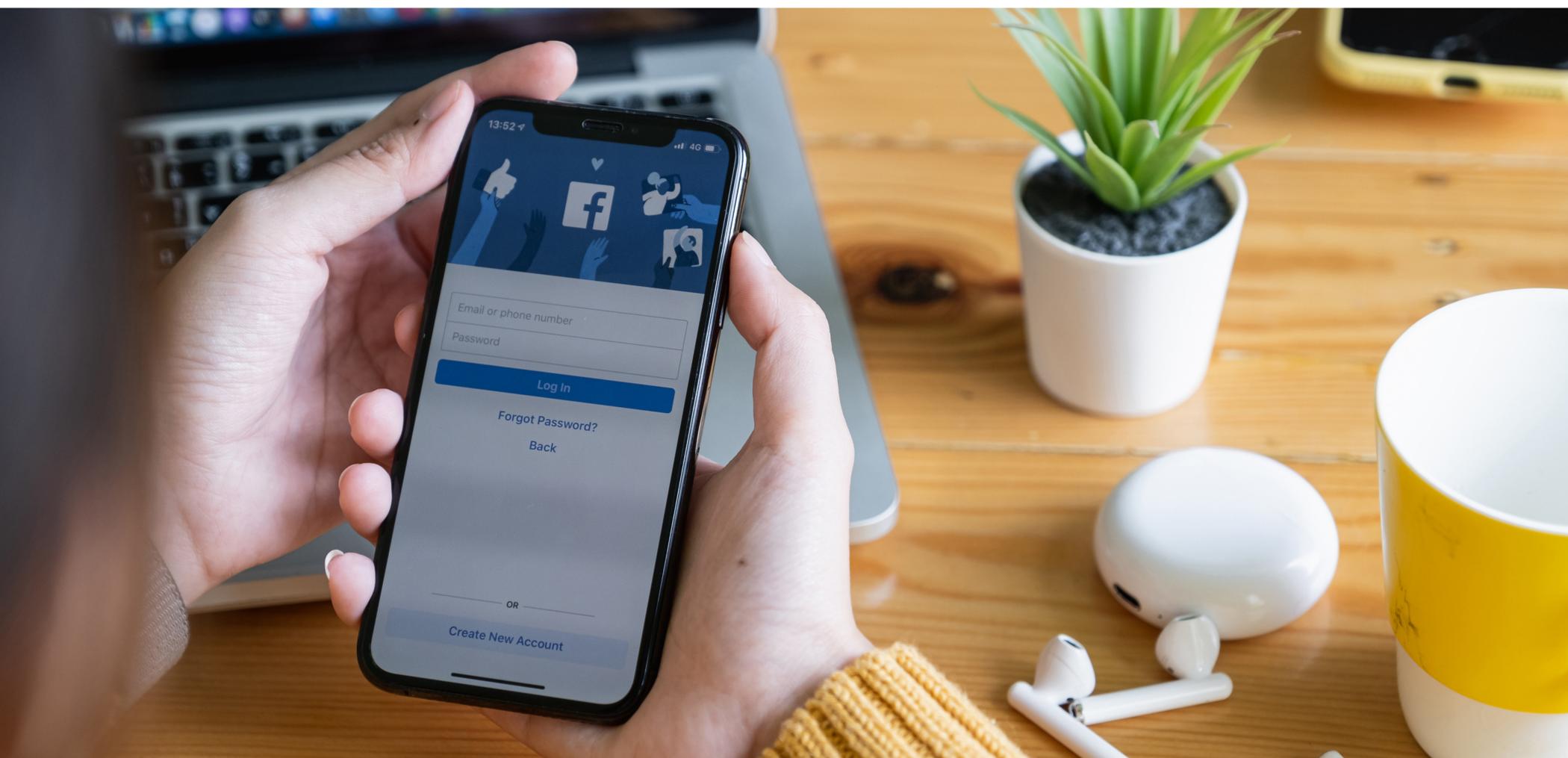
In questo modo, rispondere alle esigenze dei pazienti che cercano uno specialista online e vogliono prenotare una visita senza intermediari sarà semplice e immediato.



Pagina Facebook ufficiale

Facebook, con i suoi **36 milioni di utenti**, è il social network più utilizzato in Italia. Se il tuo centro o studio non possiede una pagina Facebook, è arrivato il momento di correre ai ripari!

Grazie alla sua stessa natura “social”, Facebook è un ottimo canale che permette di comunicare direttamente con i pazienti o “fan” della pagina. Una pagina Facebook può essere considerata come una **vetrina online**, in cui gli utenti interessati ai tuoi servizi possono trovare le informazioni rilevanti sul tuo centro medico. Sulla pagina Facebook, puoi pubblicare dei contenuti, detti “post”, riguardanti la tua attività, i tuoi servizi o gli specialisti del tuo centro. In questo modo, solleticherai la curiosità degli utenti spingendoli ad approfondire quanto desideri comunicare, aumentando la tua visibilità e la possibilità che la tua struttura venga scelta.



La **gestione di una pagina Facebook** richiede un impegno quotidiano: bisogna aggiornare le foto, controllare le interazioni, rispondere a eventuali domande dei pazienti e moderare le conversazioni inappropriate. L'impegno richiesto per mantenere una pagina aggiornata è notevole, ma ripaga il centro in termini di immagine professionale e aumento del numero di prenotazioni.

Il posizionamento su Google

La creazione di un sito web e una pagina Facebook sono necessari ma non sufficienti ad assicurare la giusta visibilità online per il tuo centro. Un paziente che cerca sul web uno specialista lo fa principalmente attraverso Google

Come far trovare il tuo centro su Google dai tuoi pazienti?

Ottimizzando il tuo sito per i motori di ricerca.

L'algoritmo di Google è infatti in grado di leggere i testi del tuo sito, che sia un semplice articolo o un'immagine, associandoli a determinate **parole chiave (o keyword)**.

Le parole chiave sono i termini utilizzati dagli utenti quando cercano qualcosa su un motore di ricerca. Ad esempio, un paziente interessato a un controllo ginecologico nella città di Roma scriverà su Google “ginecologo Roma”.



MioDottore

<https://www.miodottore.it> › Ginecologo

I 20 ginecologi più suggeriti a Roma

Ginecologi più suggeriti a Roma · Dr. Francesco Timpano · Dott. Riccardo Marino ·

Dott. Antonio Chieppa · Dott. Pierangelo Cerenzia · Best Care Medical - Dental ...

[Municipio Roma I](#) · [Municipio Roma II](#) · [Municipio Roma IX](#) · [Municipio Roma VII](#)

Puoi garantire l’ottimizzazione del tuo sito su Google **grazie a questi piccoli accorgimenti:**

- Prima della pubblicazione di un contenuto è bene fare **un’indagine sulle domande più frequenti** delle ricerche online degli utenti
- Creare, quindi, **contenuti di qualità** e pertinenti alle ricerche fatte dagli utenti
- Nella stesura dell’articolo è bene scegliere **parole il più possibile coerenti** con le keyword utilizzate dagli utenti



L'algoritmo di Google premierà il tuo sito posizionandolo tra i primi risultati di ricerca sulla base del legame tra i termini di ricerca e le keyword usate per la redazione del contenuto.

Il posizionamento su Google

Con l'obiettivo di facilitare la ricerca di specialisti della salute su Google, **MioDottore ha firmato un accordo col motore di ricerca n°1**. Grazie a questa collaborazione, i centri e studi medici che scelgono il proprio piano MioDottore potranno attivare automaticamente anche Google My Business e apparire nelle ricerche di Google e su Google Maps.

Senza sforzo per il centro, il profilo sarà aggiornato con l'indirizzo, i contatti, le foto, il sito web, gli orari di apertura e i servizi dello studio medico. Tutte le informazioni utili saranno alla portata degli utenti e immediatamente visibili su Google. Inoltre, i pazienti **potranno accedere al profilo MioDottore**, dove saranno visibili le disponibilità in agenda del medico e le recensioni di altri pazienti.

La visibilità sul motore di ricerca e su Google Maps, tramite Google My Business, rappresenta un **duplice vantaggio**, in termini di visibilità per gli utenti e gli specialisti della struttura.

Per il centro medico



- **Visibilità sul motore di ricerca piú utilizzato**
- **Comunicazione delle informazioni**
- **Aumento prenotazioni (online e telefoniche)**

Per il paziente



- **Ricerca veloce di specialisti**
- **Ricerca informazioni su servizi offerti e specialisti**
- **Prenotazione online di una visita con MioDottore**

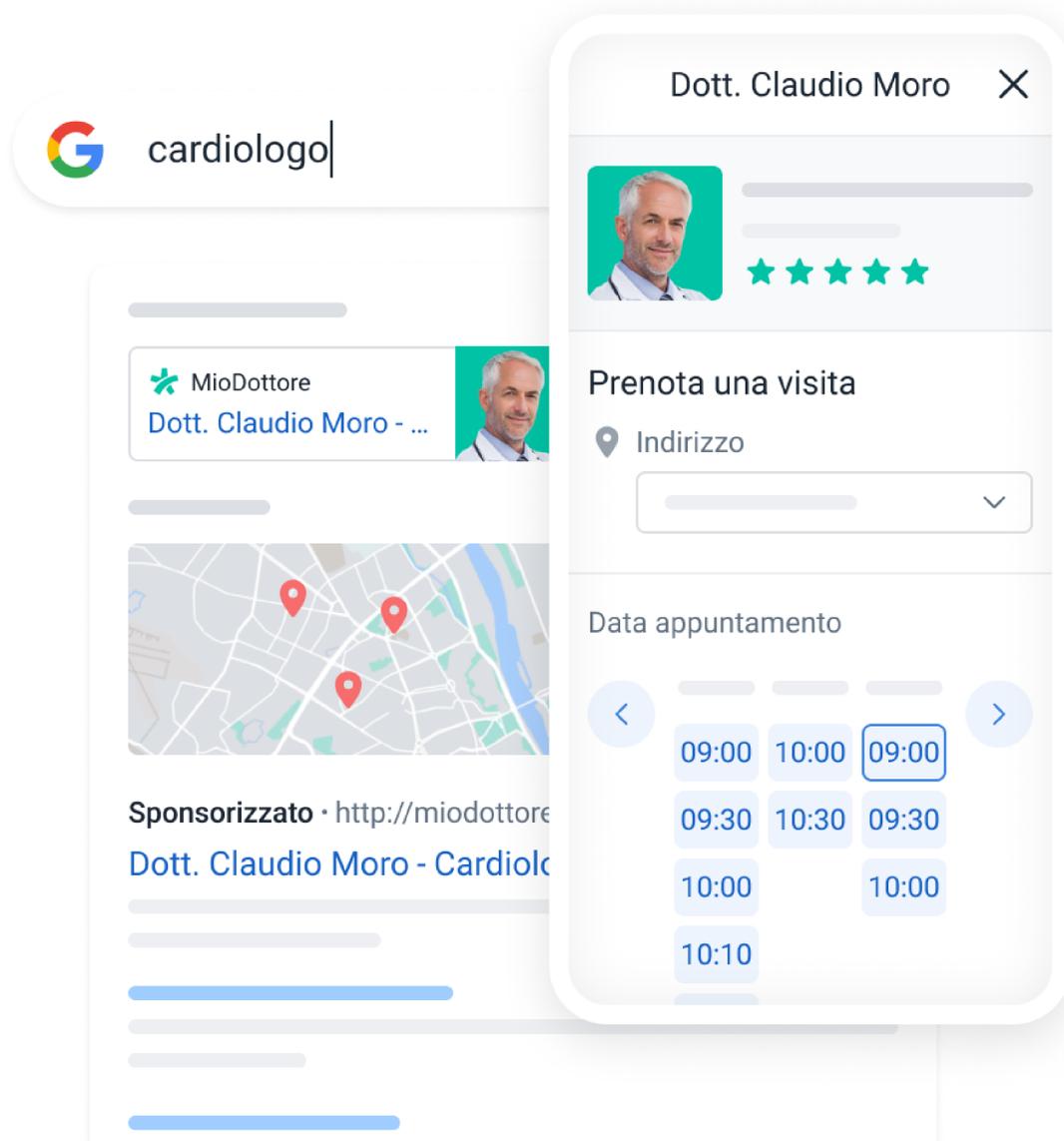
Un profilo sui portali tematici

Un ulteriore canale su cui posizionarsi per attirare potenziali pazienti sono i portali medici. Su queste piattaforme gli utenti cercano consigli e informazioni sulla propria salute: la creazione del profilo del tuo centro ti permetterà di migliorare la visibilità online della tua struttura.

Vuoi iniziare ad attirare nuovi pazienti?

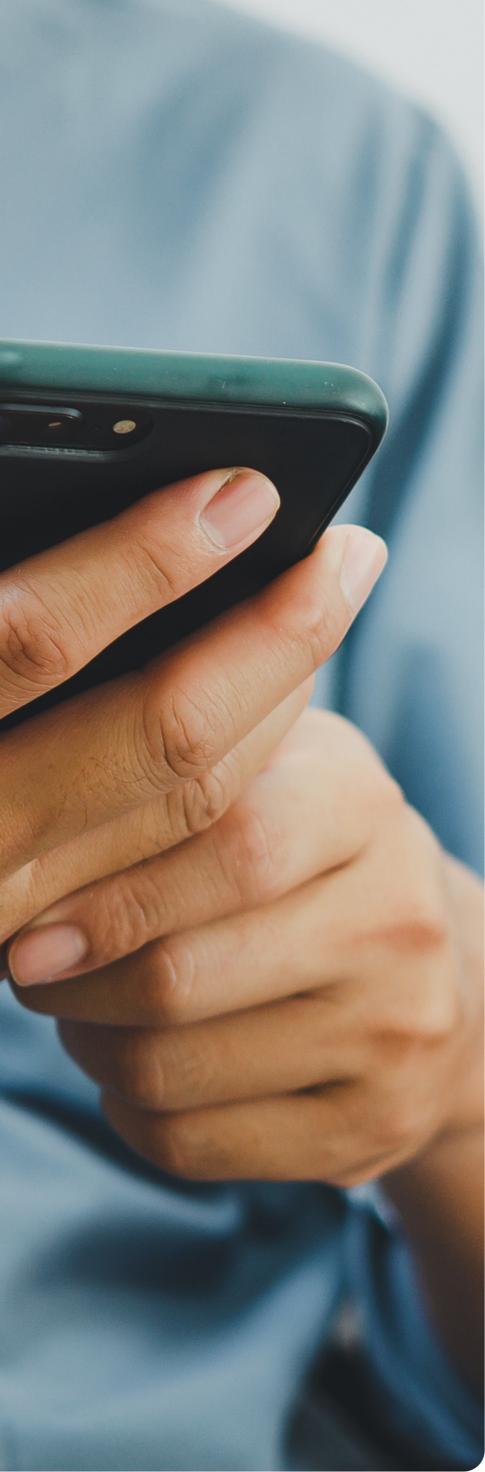
Uno dei portali medici più visitati è **MioDottore: piattaforma leader in Italia**, si rivolge ai professionisti della salute e ai pazienti 2.0, ed è **specializzata nella prenotazione online di visite mediche private**. Più di 7000 centri medici nel mondo si sono già affidati a MioDottore per aumentare la visibilità e le prenotazioni online: creare il profilo della struttura è semplice e gratuito.





Il profilo, per aiutarti a migliorare l'efficienza del tuo centro, dovrà:

- **Essere completo:** statisticamente, un profilo completo ha il triplo delle probabilità di ricevere visualizzazioni;
- contenere **risposte alle domande dei pazienti**, tramite le quali puoi dimostrare la tua competenza nel campo;
- contenere delle **recensioni**: i pazienti scelgono uno specialista sulla base dei feedback degli altri pazienti.



Conclusioni

Possiamo concludere, dunque, che per acquisire nuovi pazienti è indispensabile avere un **sistema di prenotazioni online**, che sia accessibile e **consultabile da qualsiasi dispositivo**, in qualsiasi momento della giornata.

Conoscere le caratteristiche e cogliere le opportunità offerte dai quattro canali digitali evidenziati in questo eBook permetterà al tuo centro medico di migliorare la propria visibilità online e la possibilità di attirare nuovi potenziali pazienti.





**Grazie e
buon lavoro!**

**Seguici sui
Social Media!**

