

Contenuti e comunicazione per studi medici

Come educare, convincere e fidelizzare i pazienti
attraverso una comunicazione strategica ed efficace



Il potere dei contenuti sanitari



I contenuti sono il ponte

Collegano i bisogni dei pazienti alle risposte
dello studio

- Riducono l'ansia pre-visita
- Impostano aspettative corrette
- Creano continuità di cura
- Aumentano la fiducia

Perché la comunicazione sanitaria è diversa

Regolamentata

Normative specifiche e responsabilità professionali

Sensibile

Le persone cercano rassicurazioni, non intrattenimento

Impattante

Le parole influenzano direttamente la fiducia del paziente

Evitare promesse irrealistiche. Preferire spiegazioni chiare e verificabili.

Posizionamento e messaggi chiave

Prima di scrivere, definite:

- 1 Cosa vi distingue dalla concorrenza**

- 2 Per chi siete la scelta giusta**

- 3 Quali problemi risolvete**

La coerenza nei messaggi crea riconoscibilità e fiducia.



Linee guida editoriali

Una style guide essenziale

PRO

Tono di voce professionale

Mantenete un tono appropriato e coerente per tutti i contenuti.

SD

Lunghezze standard dei testi

Stabilite la dimensione ideale per i diversi tipi di pubblicazioni.



Struttura coerente

Assicurate una presentazione logica e uniforme in ogni pezzo.



Criteri di leggibilità

Garantite che i testi siano facili da comprendere per il pubblico.

Definite responsabilità



Chi scrive, chi revisiona, e come si aggiornano i contenuti clinici sono ruoli chiave per l'accuratezza.

Pagine servizio efficaci

Rispondono subito a tre domande fondamentali

1

Di cosa si tratta

Spiegazione chiara del servizio offerto

2

Per chi è indicato

Sintomi e situazioni tipiche, senza allarmismi

3

Come prenotare

Call to action visibile e informazioni operative

Struttura consigliata per pagine servizio

01

Titolo ottimizzato

Riflette la ricerca del paziente

02

Introduzione pratica

Cosa si fa e con quale obiettivo

03

Quando è indicata

Sintomi o situazioni tipiche

04

Come si svolge

Fasi e tempi medi della visita

05

Costi trasparenti

Fasce indicative e cosa include

Blog clinico: educare senza tecnicismi

La chiave del successo

Scrivere in italiano naturale, evitando gergo superfluo

"Ogni articolo deve rispondere a una domanda concreta e lasciare un'azione successiva chiara"

Meglio 900-1200 parole ben organizzate che una rassegna di nozioni non contestualizzate.



Contenuti video e format brevi



Script semplici

Una sola idea principale, linguaggio conversazionale, sottotitoli sempre presenti



Formato verticale

Aumenta la fruibilità su mobile, dove avviene la maggior parte delle visualizzazioni



Immagini appropriate

Modelli anatomici e illustrazioni, evitare procedure in primo piano

Calendario editoriale: 8 settimane concrete

Settimane 1-2

Basi e pagine ad alto impatto

- Pagine servizio principali
- Visite specialistiche

Settimane 5-6

Ricerche locali

- Contenuti geo-localizzati
- Guide territorio-specifiche

1

2

3

4

Settimane 3-4

Educazione e fiducia

- Blog educativi
- Video brevi FAQ

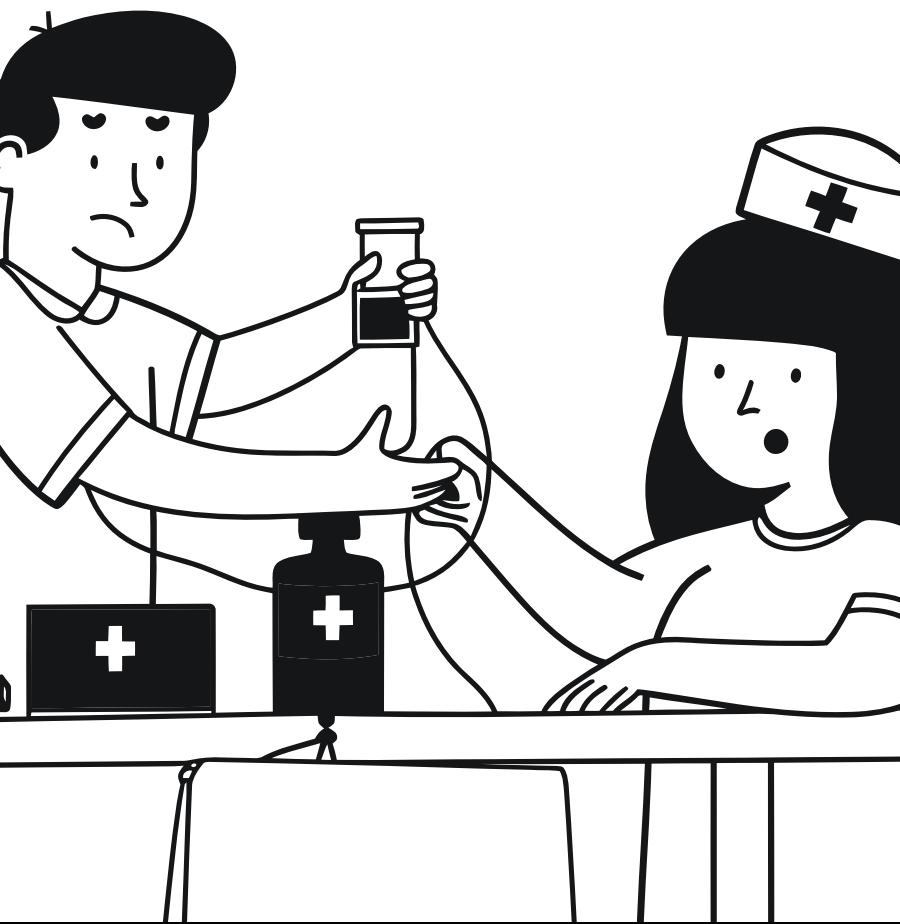
Settimane 7-8

Continuità e conversione

- Follow-up e controlli
- Servizi avanzati

Microcopy che guida le decisioni

Piccoli testi che sbloccano scelte complesse



Call to action

"Prenota la tua prima visita: puoi scegliere giorno e orario"

Gestione attese

"I tempi medi di attesa sono di 10-15 minuti"

Preparazione

"Porta esami recenti e l'elenco dei farmaci assunti"

Continuità

"Dopo la visita riceverai un riepilogo con i prossimi passi"

Metriche e miglioramento continuo

I contenuti devono generare impatto misurabile

+30%

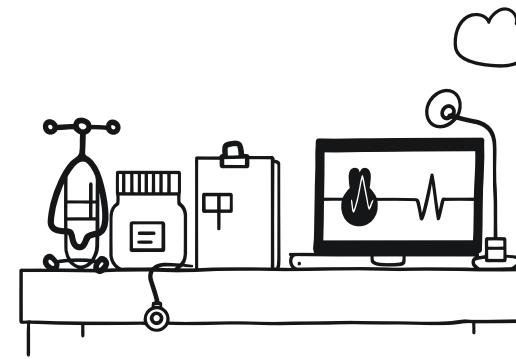
Prenotazioni qualificate

Aumento delle richieste pertinenti

-25%

No-show

Riduzione delle mancate presentazioni



+45%

Richiami eseguiti

Maggiore aderenza ai controlli

- Testa una variabile alla volta per misurare l'impatto specifico di ogni modifica