

Come migliorare la tua strategia di comunicazione online al paziente



Capitolo 1: registra un video selfie per promuovere il tuo studio



Benvenuto nel capitolo 1



In passato i dentisti hanno fatto affidamento sulla propria reputazione e le raccomandazioni dei pazienti soddisfatti per costruire e far crescere il proprio studio.

Ma siamo nel 2020 e che ci piaccia oppure no, la gran parte dei potenziali interlocutori e pazienti sono sui social media. È quindi necessario adattarsi a questo cambiamento e contattare i pazienti attraverso diverse piattaforme online per mezzo di blog, adv a pagamento sui social o video di marketing.

Questi mezzi non devono essere necessariamente costosi o complicati. Un modo semplice ed efficace per contattare i pazienti è un video selfie. Questo tipo di strumento risulta più personale, può accorciare le distanze con il paziente e aiuta ad instaurare un clima di fiducia con il dentista.



È ora di farsi un selfie!

In questo capitolo, troverai una selezione di spunti e raccomandazioni per la creazione di video di alta qualità per metterti in contatto con i pazienti.

I contenuti di questa presentazione si basano sui contributi di Silvia B. Pitz, coach in ambito di comunicazione e presentazioni (<https://www.pitz-coaching.de/>) e su risorse interne.

60SEC video testimonianza di Silvia Pitz



Parlare di fronte a una telecamera

Una sfida diversa



Sei probabilmente abituato a parlare di fronte ai tuoi pazienti, tenere delle presentazioni o conferenze, ma parlare di fronte a una telecamera è una cosa diversa. Non c'è un pubblico - probabilmente qualcuno effettua la ripresa - o in alcuni casi, sei addirittura da solo.

Se mentre parli non ricevi delle risposte, potrebbe esserti d'aiuto stimolare la comunicazione o reagire se diventa necessario.

Spesso in queste situazioni, capita che l'oratore non parli sufficientemente ad alta voce o mostri poca energia o minimizzi il linguaggio del corpo. Tutto questo non è d'aiuto perchè specialmente in quelle situazioni, in cui la nostra audience non è fisicamente presente, è necessaria la giusta energia ed espressività.



Cose importanti a cui prestare attenzione:

- Buone condizioni di luce e sfondo
- Buona qualità del suono
- Buona posizione di fronte alla telecamera: corpo in posizione leggermente diagonale
- Mentre si parla fare delle lunghe pause per le operazioni di editing del video
- Se necessario usa dei modelli dimostrativi, questo crea un diversivo nella presentazione e aiuta il pubblico a rimanere coinvolto
- Gioca con la telecamera - guarda sempre dritto in camera, come se il tuo pubblico si trovasse di fronte a te (probabilmente all'inizio ti potrà sembrare un po' difficile)



Lo scenario corretto per filmare

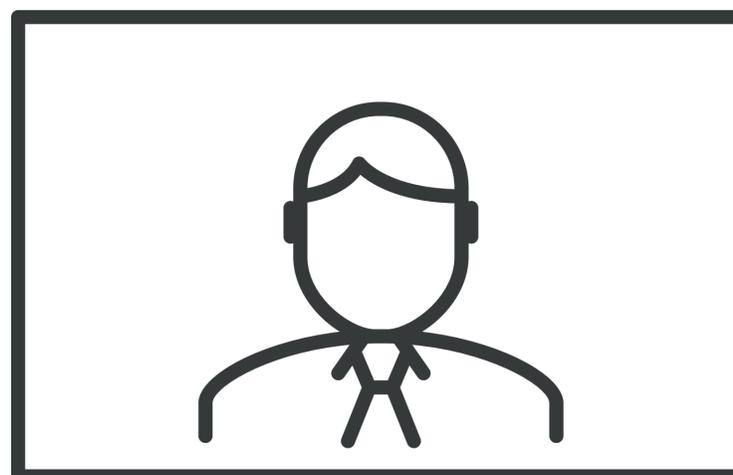
1. Cerca un luogo luminoso: di fronte a una sorgente di luce.
 - Per avere più luce puoi usare una finestra di fronte a te.
 - In caso sia una giornata buia o nuvolosa, assicurati di avere le luci accese nella stanza.
 - MAI avere la sorgente di luce dietro le spalle.
 - NON è consigliabile fare riprese in un ambiente all'esterno!
2. Cerca sempre di riprenderti con uno sfondo neutro alle spalle.
3. Seleziona sempre una location dove attorno ci sia silenzio.



Posizionamento della telecamera

1. Posiziona la camera (telefono, tablet, etc) orizzontalmente di fronte a te e assicurati che si tratti di una superficie stabile.
2. Accertarti di essere posizionato in modo centrato rispetto alla cornice della ripresa (la camera deve essere a livello degli occhi) e che la cornice includa la testa e le spalle.

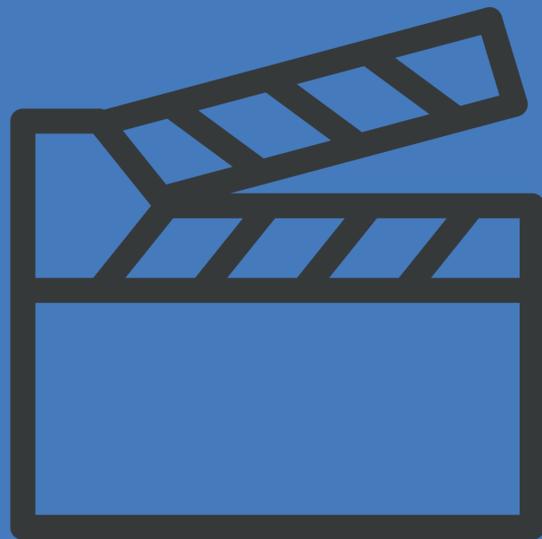
Una volta trovata la posizione, fare un segno sul pavimento così si sa dove posizionare la sedia.





Settaggio dell'audio

1. Se possiedi un microfono semi professionale/esterno, testalo prima di iniziare le riprese!
2. Se utilizzi un gobbo elettrico professionale (esistono anche delle App), testalo prima dell'uso - non mettere la telecamera troppo vicino (altrimenti si vedrà il movimento degli occhi)
3. Assicurati di non coprire il microfono dello strumento che stai usando!



Riprese

1. Cerca di stare seduto il più immobile possibile durante le riprese, con il corpo in posizione leggermente diagonale (Ovviamente è possibile muovere le mani. In tal caso verificare che il gesto rimanga incluso nella cornice della ripresa).
2. Assicurati di parlare a voce alta e chiara.
3. **Intonazione:** assicurati di non avere un'intonazione mono-tona - potrebbe alla lunga risultare molto noiosa.
4. Fai frasi brevi prima e dopo ogni affermazione (questo sarà d'aiuto durante l'editing del video).
5. Al termine della registrazione, rimani un paio di secondi nella stessa posizione, e guarda nella telecamera senza muoverti (non aver fretta di fermare la registrazione prendendo il telefono o altro).



Contenuto

I video informativi sui social media devono essere brevi e andare dritto al punto. Non è un risultato facile da ottenere. È sempre importante pensare a chi si sta indirizzando il proprio messaggio, il pubblico e il "destinatario" dell'informazione.

- Pensa in anticipo a quello che vuoi comunicare.
- Puoi utilizzare un "modello" (vedi alcuni esempi nelle prossime slide).

Attrarre (chiamare l'utente all'azione)

Passa il filo interdentale ogni giorno!

Argomentare in 3 passaggi

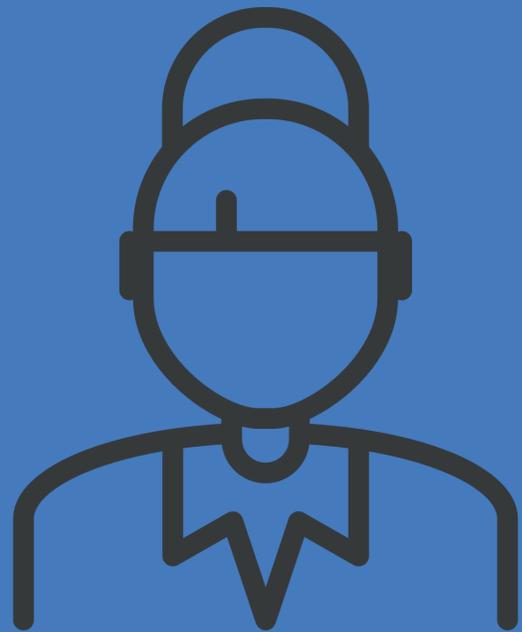
1. Argomento 1:
previene la carie

2. Controargomento:
è uno spreco di tempo.
Va comunque investito del
tempo per lavarsi i denti - questi
minuti in più possono fare una
grande differenza per la tua
salute orale!

3. Argomento 2:
potrai notare che la tua
salute orale ne trae
vantaggio

Conclusione

Quindi: passa il filo interdentale ogni sera!



Fare delle prove

- Raccomandiamo di fare un paio di prove durante le riprese e riguardare la ripresa per fare gli opportuni aggiustamenti. Può esserti d'aiuto avere il feedback di qualcuno.
- Se utilizzi un testo scritto, **provalo in anticipo in modo da renderlo interessante** (le letture non testate tendono a risultare noiose!)

E alla fine ...divertiti a registrare!



Capitolo 2: Comunicazione efficace per il tuo video selfie



Benvenuto al capitolo 2



Il social media marketing è la modalità più all'avanguardia per comunicare, costruire e far crescere la relazione con i tuoi pazienti. Nel capitolo precedente hai imparato a creare un video.

Ora che possiedi tutti gli strumenti, è tempo di soffermarsi sul messaggio.

Come dentista, non stai solo "vendendo" un trattamento; sei soprattutto colui che fornisce salute, comfort, fiducia e, sopra ogni cosa, una buona esperienza.

Pertanto, in questo capitolo ti verranno forniti alcuni spunti e suggerimenti su come comunicare in modo efficace e trasmettere il messaggio corretto con le giuste parole.



In generale

In tempi di incertezza è importante comunicare in modo chiaro affinché il paziente si senta al sicuro:

- Il tuo studio è un luogo sicuro
- In quanto professionista del dentale, sei abituato a lavorare in un luogo pulito con alti standard di igiene. Ora, stai anche rafforzando le procedure interne al tuo studio.
- Hai preso tutte le precauzioni e apportato delle migliorie (es. sala d'aspetto, riuniti, protocolli, ecc.).
- Tutto il tuo staff è formato e ha le capacità per far fronte a questa situazione.
- Sei del tutto consapevole e costantemente aggiornato sulle regolamentazioni governative.

Esempio di testo



Sono molto contento di informarvi che stiamo riaprendo lo studio. Senza dubbio la nostra principale priorità è salvaguardare la vostra salute e quella del nostro staff; allo stesso tempo desideriamo fornirvi i trattamenti di cui avete bisogno per assicurarvi una corretta igiene orale. Per garantire la sicurezza, monitoriamo costantemente e con attenzione la situazione, assicurandoci di dar seguito alle linee guida locali ed internazionali emanate dalle autorità governative in tema di salute. In seguito a questo abbiamo adottato le seguenti misure:

- Esempio di misure adottate (e.g. uso di dispositivi personali di protezione per lo staff)
- Esempio di misure adottate (e.g. non è consentito l'accesso agli accompagnatori in studio)

Vi chiameremo per riprogrammare gli appuntamenti e rispondere ad ogni vostra domanda. Per nuovi appuntamenti o ulteriori domande, per favore contattateci o scriveteci una email a Per la vostra sicurezza vi chiediamo di non presentarvi in studio senza appuntamento, al contrario per favore contattateci via telefono o via mail.

Potete trovare ulteriori e dettagliate informazioni su cosa vi dovete aspettare venendo in studio sul nostro sito (ad es.) e le stesse informazioni vi verranno inviate o comunicate (via email o per telefono) dopo che avrete preso l'appuntamento.

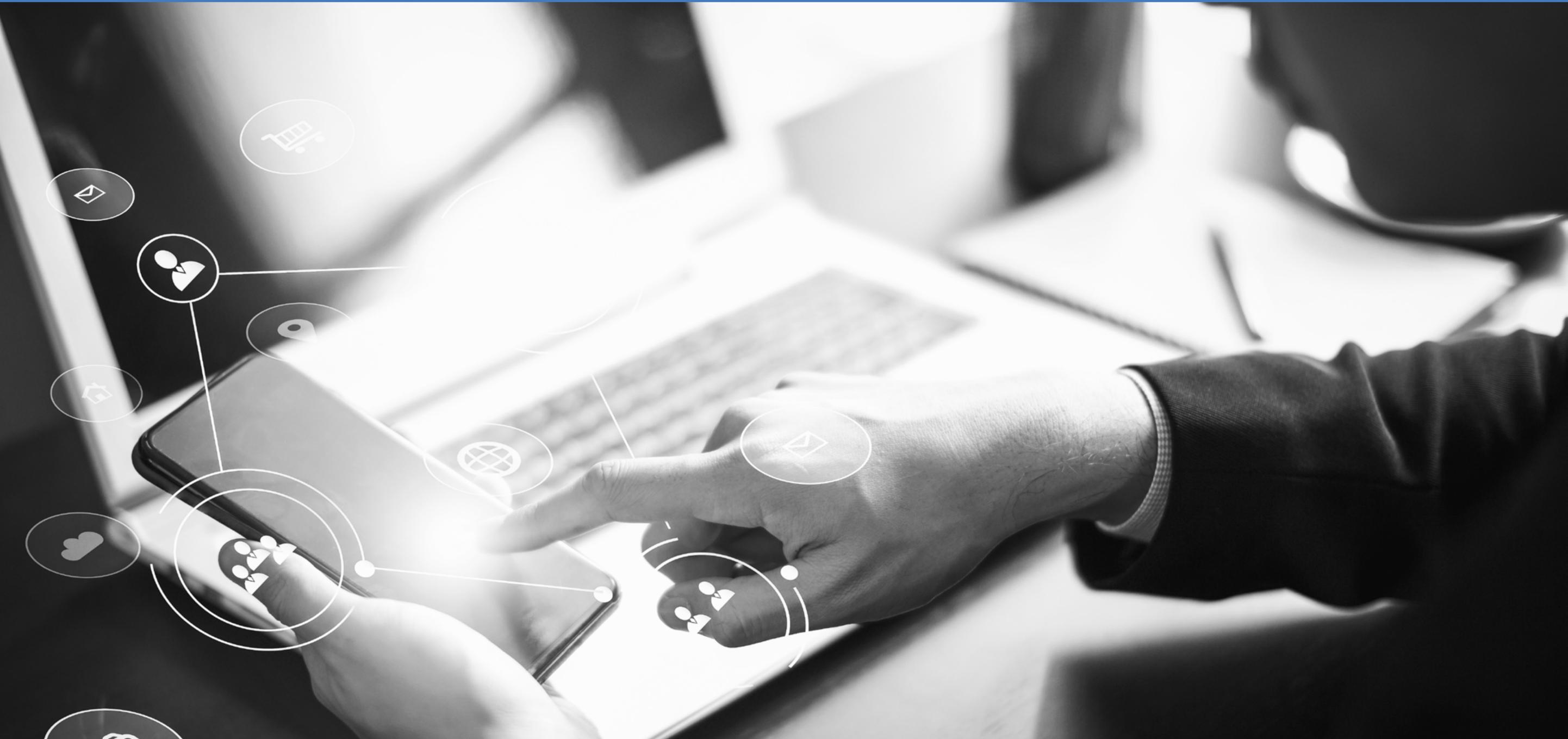
Vi ringraziamo per la fiducia che riponete in noi. Vi assicuriamo che anche se indosseremo una mascherina e non potremo stringerci la mano, saremo sempre felici di incontrarvi e prenderci cura di voi.



Alcuni suggerimenti

- Realizzate un video che sia molto personale.
- Includete nel video alcune foto o filmati dello studio e delle misure che avete adottato (e.g. sistema di sanitizzazione, una sala d'attesa modificata , cartelli segnaletica, infografiche, staff che indossa strumenti di protezione, ecc.).
- Prendete in considerazione l'idea di includere nel video una persona che faccia il paziente mostrando l'esperienza dell'arrivo in studio dall'ingresso al momento del trattamento odontoiatrico. In questo modo i pazienti potranno immedesimarsi e avere una chiara idea di cosa aspettarsi (es. paziente che entra da solo indossando una mascherina, disinfezione delle mani, dirigersi verso la reception dove è collocato un separatore parafiatdatra receptionist e il paziente, etc).
- Potete pubblicare il video sul l'home page del vostro studio o sui vostri social media
- Se in studio avete una monitor o un video, potete far girare il video anche su questi dispositivi (valutate in questo caso di aggiungere dei sottotitoli) .

Capitolo 3: Prendi ispirazione dai tuoi colleghi: spunti e best practice per ottimizzare il tuo marketing online



Benvenuto al capitolo 3



Come tutti, i tuoi pazienti sono pieni di domande in questo periodo di incertezza e le piattaforme online sono degli ottimi strumenti per rimanere in contatto con loro, comunicare le nuove misure adottate e, cosa più importante, rasserenarli.

Puoi condividere le informazioni più importanti attraverso dei formati didattici, facili da usare e dinamici sul tuo sito web o sulle piattaforme social come Instagram, Facebook o YouTube.

Nei primi capitoli hai imparato come registrare un video e hai raccolto alcune idee per come comunicare in modo efficace.

Ora è il momento di lasciarsi ispirare:

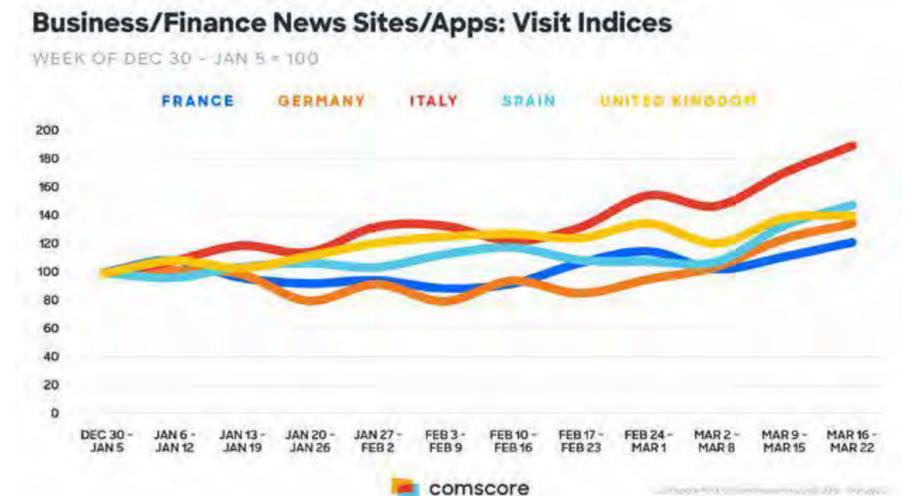
Per ottimizzare il tuo risultato finale, abbiamo raccolto per te alcuni esempi di best practice e selezionato suggerimenti e idee per la tua attività online di digital marketing.

Il contenuto di questo capitolo si basa sul know-how e sull'esperienza interna, sul blog [Periospot](#) , sul blog [Comscore](#), e sul blog [Moz](#).

Contesto



- In questo periodo le visite ai siti di informazione sulla salute sono aumentate.
- I dati ci dicono che il 15% della popolazione ha una fobia dentale. Trasmettere sicurezza e fiducia a un potenziale paziente con questi presupposti è una grande sfida per il dentista, in particolar modo in un periodo senza precedenti come questo.
- È quindi oltremodo importante far leva sugli strumenti online chiave e sulle possibilità di aumentare la comunicazione al paziente.



<https://www.comscore.com/Insights/Blog/Coronavirus-pandemic-and-online-behavioural-shifts-March-30-update>

<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>



Linee guida generali

- Per prendere ispirazione, è sempre utile vedere cosa stanno facendo gli altri professionisti e assicurarsi di distinguersi.
- È fondamentale creare contenuti utili e di valore per i pazienti che aiutino a costruire fiducia.

Questi contenuti possono avere diverse forme:

- Articoli
- Risultati clinici (es. prima e dopo)
- Infografiche
- Checklists
- Video formativi

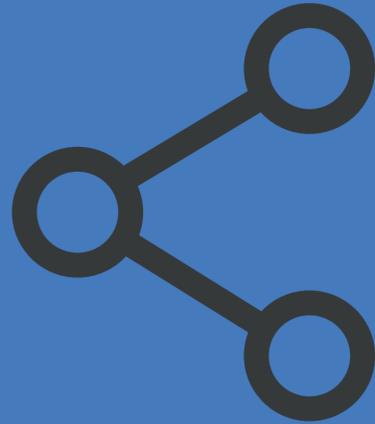
<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>



Aggiornare il proprio sitoweb

Qui di seguito una veloce checklist di elementi per aggiornare il tuo sito prima possibile:

- Inserisci un banner su tutte le pagine del sitoweb contenenti le informazioni principali come "Siamo di nuovo aperti". Cerca suggerimenti e strumenti per far questo a pagina [page 30](#).
- Fornisci informazioni accurate e complete su come il tuo studio ha reagito al COVID-19.
- Assicurati che gli orari di apertura siano pubblicati correttamente ovunque e siano menzionati sul sito, inclusa la homepage, la pagina dei contatti e le landing pages .
- **Se hai un blog**, usalo per tenere aggiornato il tuo pubblico.
- Assicurati che il tuo sito contenga link ben visibili ad ogni piattaforma social che stai adottando per fornire informazioni di aggiornamento.



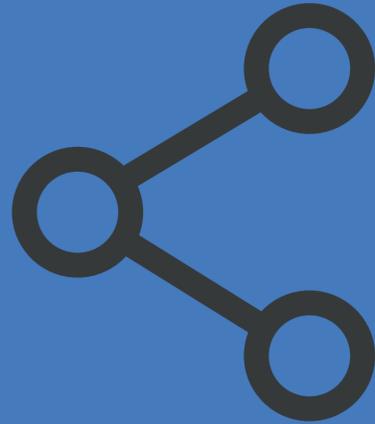
Social Media (1)

“Spiega chiaramente cosa stai facendo e menzionalo OVUNQUE. Le aziende che lo stanno facendo con successo, stanno senza sosta dicendo alle persone come possono ancora supportarle. Inoltre, non aver paura di contattare le persone, che in passato ti hanno supportato, tramite i social media e chiedi loro di menzionare ciò che stai facendo”.

- Dana DiTomaso, Kick Point

- Sia che la community dei tuoi clienti sia su Facebook, Twitter, Instagram, YouTube o un'altra piattaforma, non c'è mai stato un momento più vitale per sfruttare la comunicazione istantanea fornita da questi siti.

<https://moz.com/blog/operating-during-covid19-tips-for-local-businesses>



Social Media (2)

- **Il sostegno dei dipendenti:** chiedi al tuo staff di condividere informazioni cliniche: in base a quanto dice l'VeRSM, solo il 15% delle persone ha fiducia nei brand, ma - e ti chiediamo di prestare particolarmente attenzione a questo aspetto - l'84% ha fiducia nelle raccomandazioni fatte da altre persone.
Se tutto il tuo staff condividerà contenuti, questo porterà a contattare un numero incredibilmente alto di persone!
- **Balance tra contenuti clinici e "contenuti umanizzanti":** il nostro obiettivo è generare fiducia e un profilo pubblico professionale. Un buon esempio di contenuto da condividere è il prima e il dopo di una fotografia (ovviamente solo con il consenso del paziente).
- **Senso dell'umorismo:** mostrare sui social network che non siamo dei robots e che possediamo un lato umano caratterizzato dal nostro senso dell'umorismo è un enorme vantaggio. Ricordati di usare foto di buona qualità.

<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>



Email

- Sicuramente l'email è il miglior strumento a tua disposizione per comunicare con la tua base pazienti riguardo a questi cambiamenti e alle offerte speciali.
- Assicurati di comunicare solo ciò che è strettamente necessario. Metti al primo posto gli interessi e i bisogni dei tuoi pazienti. Sii d'aiuto!
 - Per esempio, puoi usare l'email per:
 - Mandare le persone al tuo form per prenotare online gli appuntamenti/piattaforme
 - Inviare comunicazioni post trattamento (es. "Spero tu stia bene, in caso tu stia riscontrando qualsiasi problema per favore non esitare a contattarci...")



Nuovi servizi da prendere in considerazione

- Offrire consultazioni da remoto.
- Aggiungi FAQs al tuo sito web e sui social media.
Alcune idee:
 - Quali trattamenti sono disponibili?
 - Cosa devo fare quando arrivo in studio?
 - Riceverò dei dispositivi di protezione individuali?
 - È sicuro sottoporsi a un trattamento dentale ora?
 - Opzioni di monitoraggio da remoto come [DenToGo](#) per mantenersi in contatto con i tuoi pazienti.



Strumenti utili

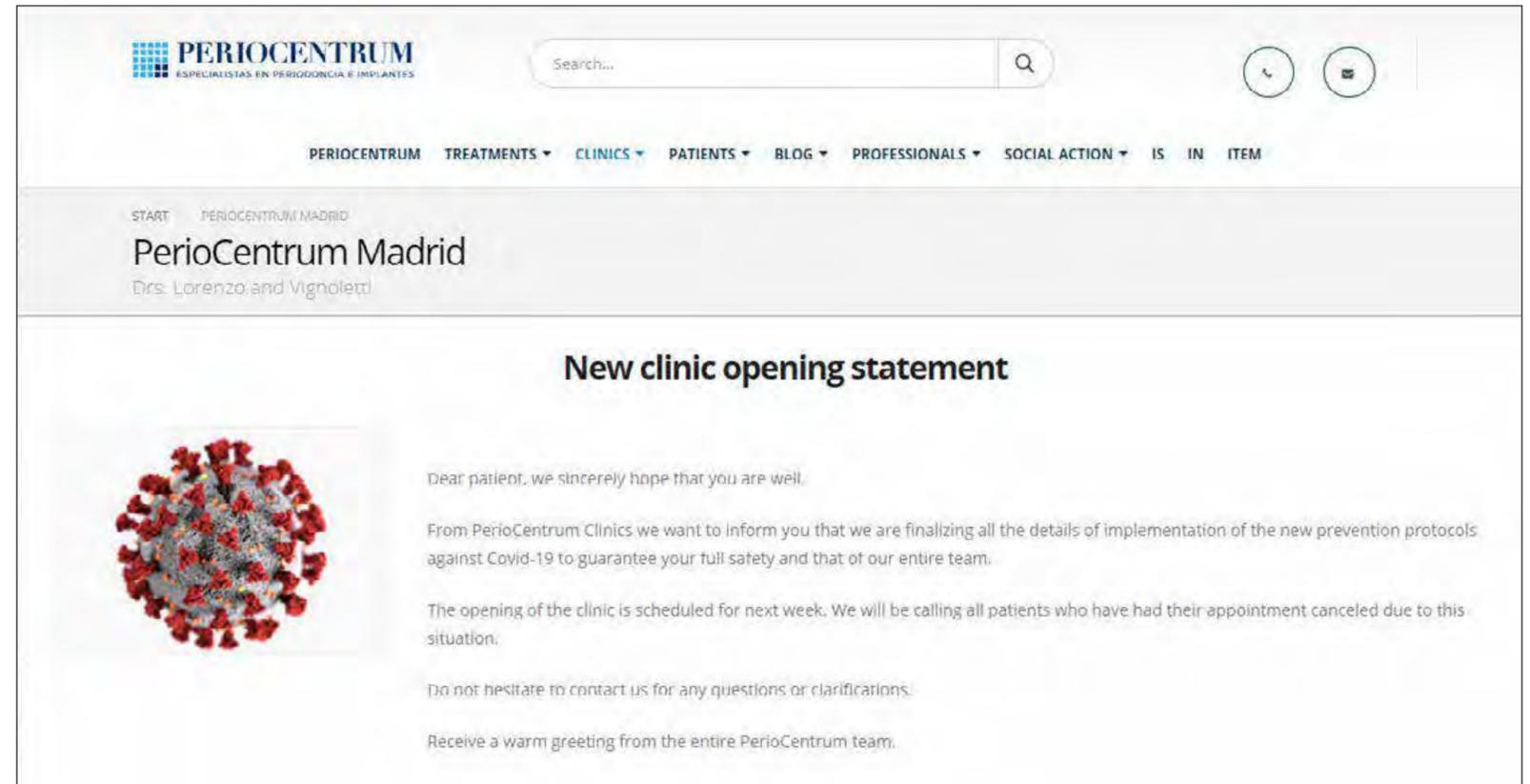
- Aggiorna l'elenco dei tuoi servizi su [Google Business](#): puoi anche inserire un aggiornamento “Covid 19” sulla tua azienda in modo da aggiornare i tuoi pazienti.
- Informa le persone e cattura contatti fornendo dettagli e chiedendo di essere richiamato: <http://hellobar.com/>; sleeknote.com; <https://unbounce.com/>; <https://popupmaker.com/>
- Chats/Messenger sul tuo sitoweb come <https://wame.chat/en/>, Facebook Messenger, Telegram, WeChat,
- Programma i tuoi social media: esistono molte app che aiutano a risparmiare tempo per la gestione della propria comunità online. [Buffer](#) and [Hootsuite](#) offrono un servizio base che potrebbe soddisfare i tuoi bisogni. Esistono anche opzioni meno costose come [Social Pilot](#) and [Loomly](#).
- Puoi scaricare delle guide molto utili sulla comunicazione online per i dentisti qui.

<https://periospot.com/how-to-use-social-networks-to-boost-your-dental-clinic-after-covid-19-crisis-11-simple-recommendations/>

Esempi di siti web da cui prendere spunto

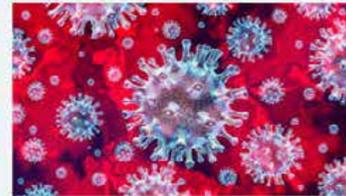


- Messaggi chiari in homepage.
- In evidenza l'importanza della sicurezza e la disponibilità di procedure d'emergenza.
- Messaggi conclusivi con grazie/positività/incoraggiamento.



<https://periozentrum.com/periozentrum-madrid/>

Esempi di siti web da cui prendere spunto



We are here for you!

Dear patients, our practice remains open for you!

In order to avoid spreading the infection, we have adjusted our appointment system so that patient contact remains very low in the waiting areas as well as in all other areas and the recommended distance is kept. We have further intensified our already high hygiene standards according to RKI these days. All possible contact surfaces, even outside the treatment rooms, are disinfected at short intervals. Emergency dental treatments for quarantine, suspected infection or a proven infection are currently not carried out in our practice according to the guidelines of the German Dental Association. These require special equipment and should therefore be carried out in specially prepared centers.

We kindly ask you to observe the following rules when visiting our practice:

- If you have cold symptoms, please call us before your appointment.
- If you have been in a risk area in the past 14 days, please contact us by phone.
- Please refrain from Your appointments, if possible, on a companion
- Please disinfect your hands thoroughly immediately after entering the practice. Disinfectant is provided
- Please wear a face mask in practice as long as you are not being treated

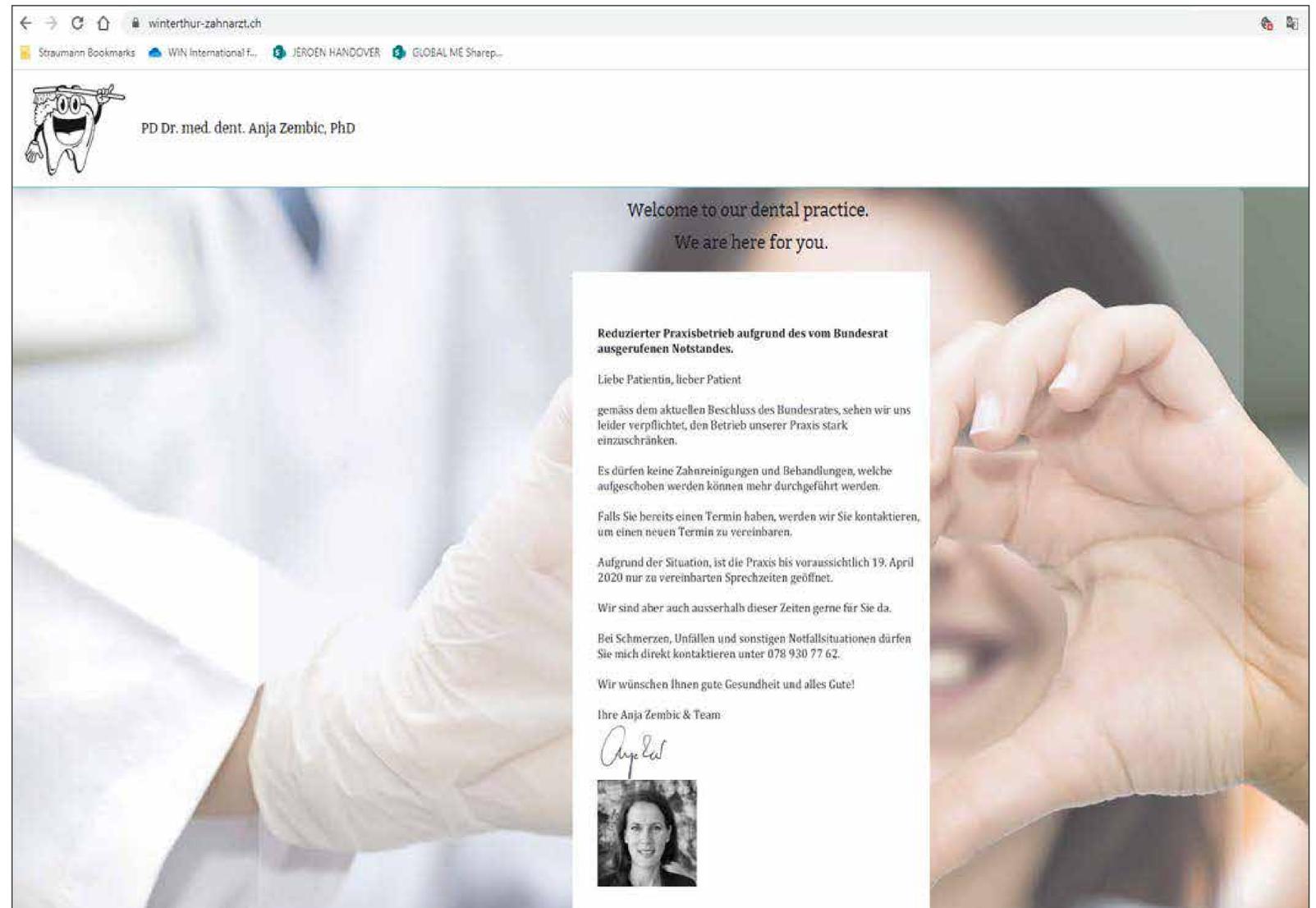
- Messaggi chiari in homepage
- Adozione di misure chiare e indicazioni per i pazienti

<https://www.fachzahnarzt-praxis.de/>

Esempi di siti web da cui prendere spunto



- Messaggi chiari in homepage
- Ringraziamenti molto personali nella firma conclusiva e nella foto
- Chiusura con un messaggio positivo e di incoraggiamento



<https://www.winterthur-zahnarzt.ch/>

Esempi di siti web da cui prendere spunto



<https://www.clinicahugomadeira.com/>

- Messaggi chiari in homepage
- Link ai social media
- Lista dei contatti email

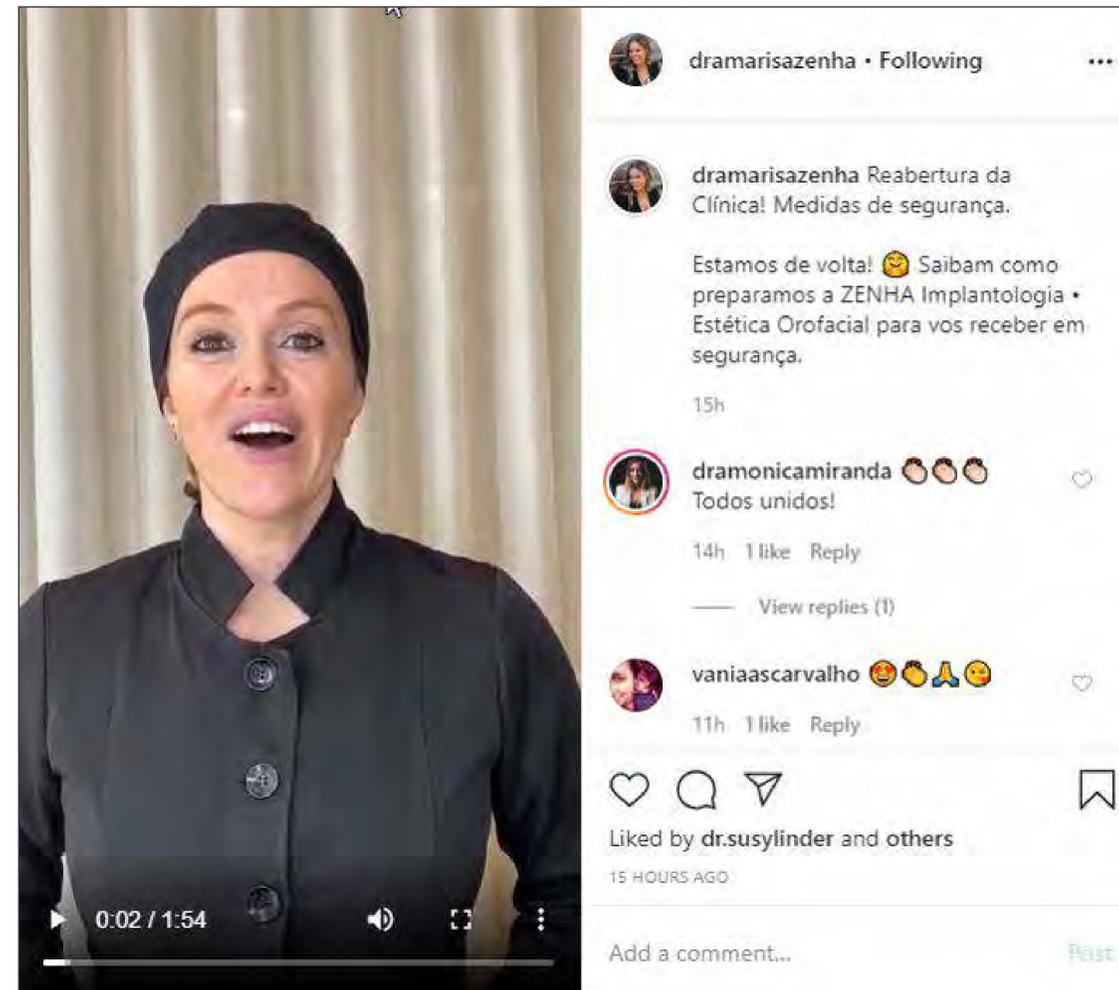
Esempi da cui prendere spunto

Social Media



- Tocco personale con video che spiega che la clinica è di nuovo aperta
- Positività

@dramarisazenha



https://www.instagram.com/tv/B_2raOTnNMm/?utm_source=ig_web_copy_link (Portuguese)

Esempi da cui prendere spunto

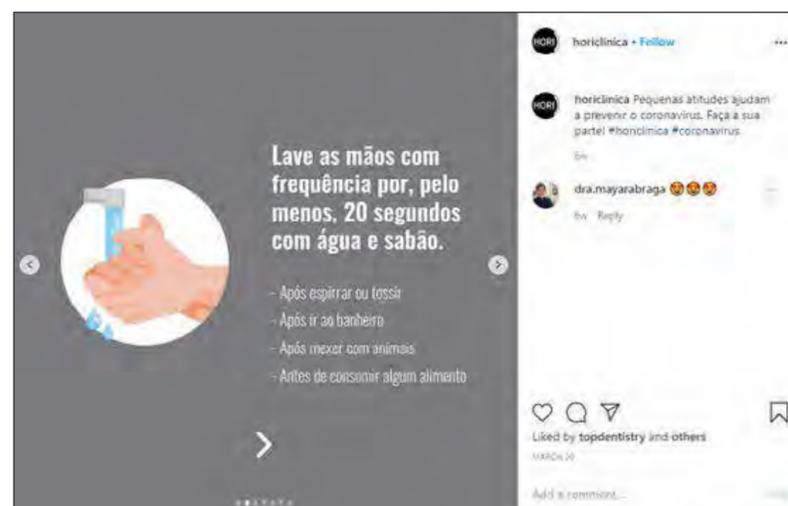
Social Media



- Comunicazione chiara sulla situazione
- Post sull'igiene/raccomandazioni sulla prevenzione

- Comunicazioni chiare sulla situazione attuale
- Post con raccomandazioni sull'igiene/prevenzione

@horiclinica



Esempi da cui prendere spunto

Social Media



- Mostrare ai pazienti come è stato investito il tempo mentre lo studio è stato chiuso

@dramarisazinha



- Annuncio ufficiale della riapertura della clinica, con un link per prendere appuntamento

@dramarisazinha



- Mostrare dispositivi di protezione personale per rassicurare i pazienti

@clinica_hugomadeira



- Mostrare le nuove tecnologie (Luce UV) che sono state adottate

@topdentistry



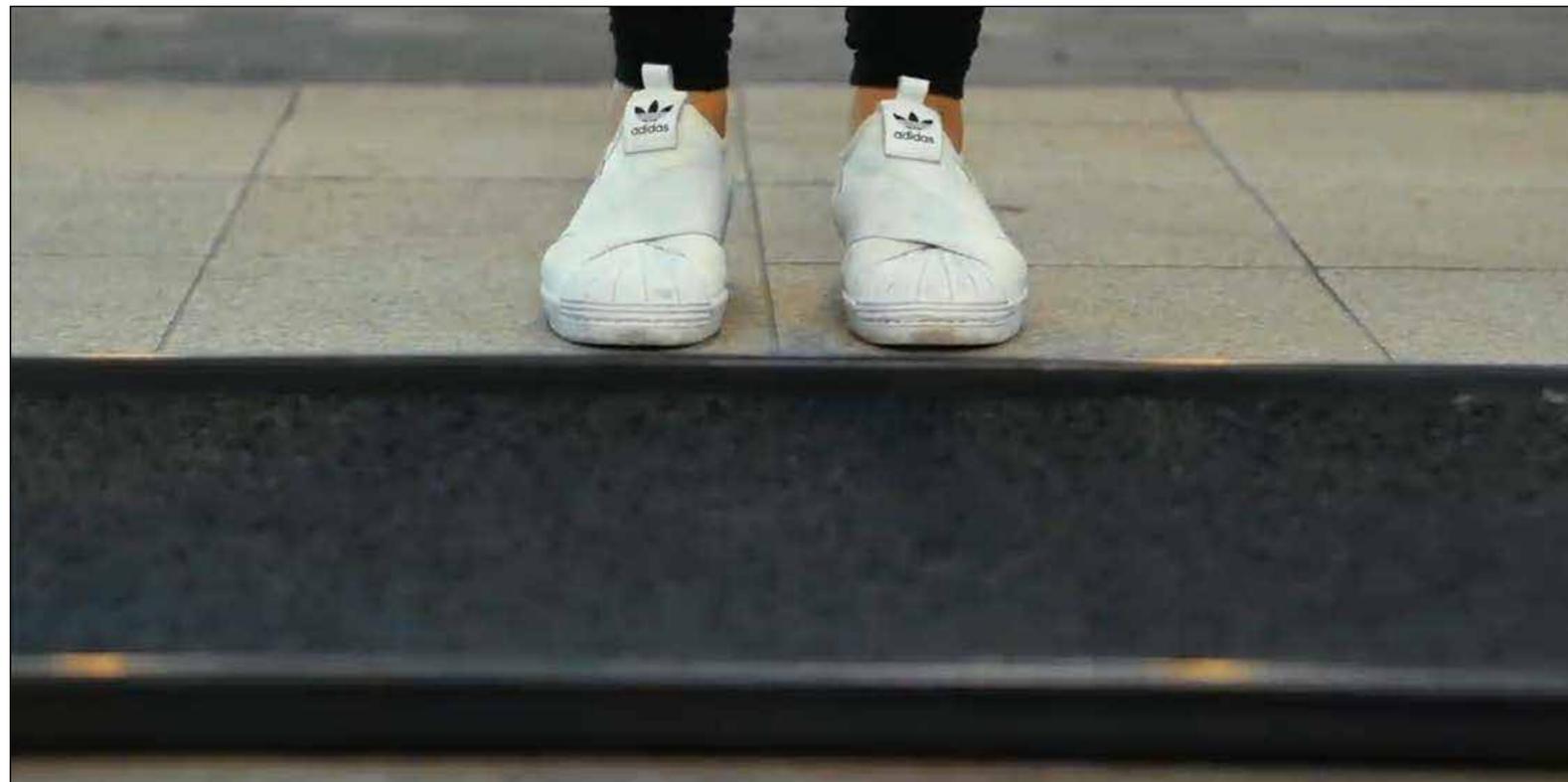
Esempi da cui prendere spunto

Social Media



GAOC - Gan Advanced Osseointegration Center

GAOC Dental's Patient Safety and Sanitation Protocols



<https://www.facebook.com/gaocdental/videos/1115786968776459/>

- Utile per mostrare l'esperienza del paziente quando entra in clinica