

7

Migliori Strategie Se **Uuoi Acquisire** Nuovi Pazienti **Velocemente**



7 Migliori Strategie Se vuoi Acquisire Nuovi Pazienti Velocemente

Guida Pratica
a cura di **Attilio Marangi**

© Copyright di Attilio Marangi – Tutti i diritti riservati

www.attiliomarangi.it

Tutti I diritti riservati

Nessuna parte di questo documento può essere riprodotta o trasmessa in alcuna forma elettronica o meccanica senza l'autorizzazione scritta dell'autore.

Tutte le foto presenti in questo volume sono coperte da copyright. Abbiamo fatto tutto il possibile per contattare i detentori dei diritti d'Autore relativi al materiale incluso. Se ci fossero casi in cui non è stato possibile vi invitiamo a contattare l'autore.

Note legali

Le strategie riportate in questo manuale sono il frutto di anni di studi, quindi non è garantito il raggiungimento dei medesimi risultati.

L'autore si riserva il diritto di aggiornare o modificarne il contenuto in base a nuove condizioni. Questo documento ha solo ed esclusivamente scopo informativo e l'autore non si assume nessuna responsabilità dell'uso improprio di queste informazioni.

Introduzione

Mi chiamo Attilio Marangi e sono qui per aiutarti a costruire una presenza online efficace. NON sono un guru inaccessibile, ma una persona con cui puoi parlare ogni volta che vuoi. La mia carriera è iniziata come Carabiniere, ma dopo 23 anni ho deciso di cambiare rotta e seguire la mia passione.

Dopo aver vissuto in Giappone, ho capito l'importanza del digitale. Ho iniziato a studiare comunicazione digitale e SEO, aiutando mia moglie a creare un sito web di successo per il suo studio psicologico. Oggi, offro consulenze personalizzate per migliorare la presenza online dei professionisti del settore sanitario, aiutandoli a raggiungere nuovi clienti e a costruire una reputazione solida e duratura.

Aumentare il numero di pazienti è una sfida comune per molti professionisti del settore sanitario. Con l'aumento della concorrenza e l'evoluzione delle esigenze dei pazienti, è fondamentale adottare strategie efficaci e innovative. In questo report, esploreremo sette consigli infallibili per aiutarti a incrementare il numero di pazienti nel tuo studio medico.

Se hai bisogno di migliorare il tuo sito web, ottimizzare la tua scheda Google Business Profile o capire come monetizzare la tua attività online, sono qui per aiutarti. Credo nei valori di onestà, fiducia e apertura totale.

Ecco giusto qualche risultato recente dei miei clienti con le strategie che stai per leggere...



Studio Bernardi

1 recensione IT



17 minuti fa

Un sentito ringraziamento ad Attilio...

Un sentito ringraziamento ad Attilio Marangi, che con la sua efficienza e professionalità mi ha accompagnato nella mia attività, nella mia nuova sede, con diverse e nuove iniziative condivise. Complimenti, in particolare, per la grande capacità comunicativa e la costante Presenza.

Data dell'esperienza: 08 febbraio 2024

Utile Condividi



Roberto

1 recensione PE



16 ago 2023

Risultati a tempo di record!

Mi sono affidato ad Attilio per un progetto di digital marketing su cui riponevo molte speranze. Attilio ha saputo, con professionalità e rapidità, fornirmi la miglior soluzione per la mia esigenza specifica. Inutile dire che i risultati non hanno tardato ad arrivare. GRAZIE!

Data dell'esperienza: 07 agosto 2023

Utile Condividi





Eleonora Cazzaniga

2 recensioni



★★★★★ 8 mesi fa

Ho scelto di affidarmi ad Attilio Marangi perché avevo bisogno di rinnovare il mio sito web, che era ormai obsoleto. Dopo aver avuto l'opportunità di esplorare il sito di una mia amica, la psicologa Serena Amoroso, ne sono rimasta entusiasta. Il sito di Serena mi ha colpito positivamente sia per il design accattivante che per i contenuti informativi e ben strutturati.

1



Attilio Marangi - Web Design - Siti Internet Professionali (proprietario)

8 mesi fa

Grazie Eleonora, è stato un enorme piacere. Adesso ci concentreremo sulla Seo e sui Social.



Laura Toscano

4 recensioni



★★★★★ un anno fa

Ho conosciuto Attilio in un forum seo e fin da subito si è dimostrato disponibile e gentile, i suoi consigli sono stati molto utili per capire come muovermi nel mondo seo con semplicità e concretezza. Grazie!

1



Attilio Marangi - Web Design - Siti Internet Professionali (proprietario)

11 mesi fa

Grazie Dottoressa per il suo feedback.



1. Ottimizza la Tua Presenza Online

L' Importanza di un Sito Web Professionale

Il Primo Punto di Contatto

Un **sito web** è spesso il primo punto di contatto tra te e i potenziali pazienti. In un'era digitale, molte persone cercano informazioni sulla salute e sui professionisti sanitari online prima di prendere una decisione.

Un **sito web professionale** può fare la differenza tra attirare un nuovo paziente o perdere un'opportunità.

Professionalità e Credibilità

La prima impressione conta. Un sito web ben progettato e curato trasmette professionalità e credibilità. È importante che il sito rifletta la serietà e la qualità dei servizi che offri.

Utilizza un design pulito, immagini di alta qualità e un layout intuitivo per creare un aspetto professionale.

La coerenza visiva e stilistica tra il sito web e altri materiali di marketing (*come brochure e biglietti da visita*) rafforza l'immagine del tuo brand.

Facilità di Navigazione

Un sito web deve essere facile da navigare. I visitatori dovrebbero essere in grado di trovare rapidamente le informazioni di cui hanno bisogno senza sentirsi frustrati.

Organizza il contenuto in modo logico, utilizza menu chiari e intuitivi e includi una barra di ricerca per facilitare l'accesso alle informazioni. Le sezioni essenziali del sito dovrebbero includere:

Chi Siamo: Una sezione che presenta te e il tuo team, con dettagli sulle qualifiche e l'esperienza.

Servizi: Descrizioni dettagliate dei servizi offerti, inclusi i trattamenti e le procedure disponibili.

Contatti: Informazioni su come contattarti, compreso un modulo di contatto, un numero di telefono e l'indirizzo dello studio.

Testimonianze: Recensioni e testimonianze di pazienti soddisfatti, che aumentano la fiducia dei potenziali pazienti.

Mobile-Friendly

Con un numero crescente di persone che utilizzano smartphone e tablet per navigare su Internet, è fondamentale che il tuo sito web sia mobile-friendly.

Un design responsive si adatta automaticamente a diversi dispositivi e dimensioni dello schermo, garantendo un'esperienza utente ottimale.

Google, inoltre, favorisce i siti mobile-friendly nei risultati di ricerca, il che può migliorare la visibilità del tuo sito.

Contenuti di Qualità

Il **contenuto del sito** deve essere informativo e utile. Fornisci informazioni dettagliate sui servizi offerti, spiegando i benefici e i processi in modo chiaro e comprensibile.

Includi **articoli e blog** su argomenti rilevanti per la tua specializzazione, offrendo consigli e informazioni utili ai visitatori.

Questo non solo aiuta a stabilire te come un esperto nel tuo campo, ma migliora anche il posizionamento del sito sui motori di ricerca (SEO).

Testimonianze dei Pazienti

Le testimonianze sono un potente strumento di marketing. Le recensioni positive da parte dei pazienti esistenti possono influenzare le decisioni dei nuovi pazienti.

Assicurati di chiedere ai pazienti soddisfatti di lasciare una recensione e pubblica queste testimonianze sul tuo sito web. Le testimonianze video possono essere particolarmente persuasive, mostrando le esperienze reali dei pazienti.

Aggiornamenti Regolari

Un sito web non è qualcosa da creare e poi dimenticare. È importante mantenerlo aggiornato con le ultime informazioni sui tuoi servizi, le tue qualifiche e le novità nel campo sanitario.

Aggiorna regolarmente il blog con nuovi articoli e rispondi prontamente ai commenti e alle domande dei visitatori.

Esempio:

La dott.ssa Monia Ferretti, una psicologa di Padova, ha rinnovato il suo sito web per renderlo più user-friendly e mobile-responsive. Ha aggiunto una sezione di FAQ, articoli informativi sulla dipendenza affettiva, ansia, attacchi di panico e testimonianze di pazienti soddisfatti. Dopo il rinnovo, ha registrato un aumento del 30% delle richieste di appuntamento online e offline.

www.lopsicologonline.it

2. SEO e Content Marketing

L'Importanza di Implementare Tecniche di SEO per i Professionisti del Settore Sanitario

Cos'è la SEO e Perché è Cruciale

La **SEO** (Search Engine Optimization) è l'insieme di pratiche e strategie volte a migliorare la visibilità di un sito web sui motori di ricerca come Google.

Implementare tecniche di SEO è cruciale per i professionisti del settore sanitario perché aumenta la probabilità che il tuo sito web venga trovato da potenziali pazienti quando cercano informazioni sui servizi sanitari online.

Un buon posizionamento sui motori di ricerca può significare la differenza tra un sito visitato e uno ignorato.

Ricerca di Parole Chiave

La base della SEO è la ricerca di parole chiave, ovvero le parole e le frasi che i potenziali pazienti usano quando cercano servizi sanitari online.

Identificare le giuste parole chiave è essenziale per creare contenuti che rispondano alle esigenze degli utenti. Ecco come procedere:

Strumenti di Ricerca: Utilizza strumenti come Google Keyword Planner, SEMrush o Ahrefs per trovare parole chiave pertinenti al tuo settore.

Analisi della Concorrenza: Osserva quali parole chiave utilizzano i tuoi concorrenti e quali sono i termini più ricercati dai pazienti.

Parole Chiave a Coda Lunga: Oltre alle parole chiave generiche, concentrati su parole chiave a coda lunga, che sono frasi più specifiche e meno competitive. Ad esempio, invece di "Psicologo", utilizza "psicologo per dipendenza affettiva a Milano".

Creazione di Contenuti Informativi e Pertinenti

Una volta identificate le parole chiave, è importante creare contenuti informativi e pertinenti che rispondano alle domande comuni dei pazienti. Ecco alcune linee guida:

Qualità e Rilevanza: I contenuti devono essere di alta qualità, accurati e pertinenti. Scrivi articoli, blog post e pagine di servizio che forniscano informazioni utili e dettagliate.

Struttura del Contenuto: Organizza il contenuto in modo chiaro e leggibile. Utilizza titoli e sottotitoli (H1, H2, H3) per suddividere il testo e rendere più facile la navigazione. Includi liste puntate, grafici e immagini per rendere il contenuto più interessante.

Aggiornamenti Regolari: Mantieni il sito aggiornato con nuovi contenuti. Aggiorna le informazioni obsolete e aggiungi nuovi articoli che rispondano a nuove domande o tendenze nel settore sanitario.

Ottimizzazione On-Page

L'ottimizzazione on-page riguarda le modifiche che puoi apportare direttamente sulle tue pagine web per migliorare il loro posizionamento. Ecco alcune pratiche essenziali:

Meta Tag: Scrivi titoli (*title tags*) e descrizioni (*meta descriptions*) unici e accattivanti per ogni pagina. Questi elementi appaiono nei risultati di ricerca e influenzano la decisione degli utenti di cliccare sul tuo sito.

URL SEO-friendly: Crea URL semplici e descrittivi che includano le parole chiave principali. Evita URL lunghi e complessi.

Immagini Ottimizzate: Utilizza immagini di alta qualità e comprimi i file per migliorare i tempi di caricamento. Aggiungi attributi alt descrittivi alle immagini per aiutare i motori di ricerca a capire il contenuto visivo.

Link Interni: Utilizza link interni per collegare le diverse pagine del tuo sito. Questo aiuta a distribuire l'autorità del sito e a migliorare la navigazione.

Ottimizzazione Off-Page

L'ottimizzazione off-page riguarda le attività esterne al tuo sito web che influiscono sul suo posizionamento. Ecco alcune strategie:

Backlink: Ottieni backlink di qualità da siti web autorevoli nel settore sanitario. I motori di ricerca considerano i backlink come un segno di credibilità e autorità.

Social Media: Promuovi i tuoi contenuti sui social media per aumentare la visibilità e attirare traffico verso il tuo sito. L'interazione sui social può anche generare backlink naturali.

Guest Blogging: Scrivi articoli per blog e siti web correlati al tuo settore e includi link al tuo sito. Questo non solo migliora il posizionamento, ma aumenta anche la tua visibilità come esperto nel campo.

Monitoraggio e Analisi

Per valutare l'efficacia delle tue strategie SEO, è importante monitorare e analizzare i dati.

Utilizza strumenti come Google Analytics e Google Search Console per raccogliere informazioni sul traffico del sito, il comportamento degli utenti e il posizionamento delle parole chiave.

Analizza questi dati per identificare aree di miglioramento e adattare le tue strategie di conseguenza.

Caso di Studio:

Il Centro Medico Salus ha iniziato a pubblicare articoli settimanali sul loro blog riguardanti argomenti di salute comuni, come la gestione del diabete e la prevenzione delle malattie cardiache. Utilizzando parole chiave strategiche, hanno visto un aumento del traffico organico del 45% e una crescita del 20% nelle prenotazioni di visite mediche.

3. Sfrutta i Social Media

Creazione di Pagine Professionali per i Professionisti del Settore Sanitario

L'importanza delle Pagine Professionali sui Social Media

Nel mondo digitale di oggi, avere una presenza attiva sui social media è essenziale per qualsiasi professionista del settore sanitario.

Le pagine professionali su piattaforme come Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter non solo aumentano la visibilità del tuo studio, ma ti permettono anche di costruire relazioni significative con i tuoi pazienti attuali e potenziali.

Attraverso la condivisione di contenuti educativi e aggiornamenti, e rispondendo alle domande dei pazienti, puoi creare una community online attiva e coinvolta.

Facebook: Costruire una Community e Informare i Pazienti

Facebook è una delle piattaforme più versatili per i professionisti sanitari. Ecco come puoi utilizzarla in modo efficace:

Creazione della Pagina: Assicurati che la tua pagina Facebook sia completa e professionale. Include informazioni dettagliate sui servizi offerti, orari di apertura, indirizzo e contatti. Usa una foto di profilo professionale e una copertina che rappresenti il tuo studio.

Contenuti Educativi: Condividi post che informano i pazienti su vari aspetti della salute. Puoi pubblicare articoli su prevenzione, trattamenti, novità mediche e consigli per uno stile di vita sano. I video educativi sono particolarmente efficaci e possono spiegare procedure o offrire suggerimenti utili.

Aggiornamenti dello Studio: Tieni i pazienti informati su eventuali cambiamenti negli orari di apertura, nuove attrezzature, cambiamenti nel personale o servizi aggiuntivi. Questi aggiornamenti mantengono la tua community coinvolta e informata.

Interazione con i Pazienti: Rispondi tempestivamente ai commenti e ai messaggi privati. La reattività è un segno di professionalità e cura. Organizza sessioni di Q&A (domande e risposte) per rispondere direttamente alle preoccupazioni dei pazienti.

Instagram: Visual Storytelling e Engagement

Instagram è una piattaforma visiva ideale per raccontare la tua storia e coinvolgere i pazienti:

Contenuti Visivi: Pubblica foto e video di alta qualità del tuo studio, del personale e delle attività quotidiane. Le immagini dei pazienti (con il loro consenso) possono mostrare testimonianze e risultati dei trattamenti.

Storie di Instagram: Utilizza le storie per condividere aggiornamenti quotidiani, dietro le quinte e momenti informali. Le storie sono temporanee ma altamente coinvolgenti.

Hashtag: Utilizza hashtag pertinenti per aumentare la visibilità dei tuoi post. Creare un hashtag unico per il tuo studio può aiutare a costruire un marchio riconoscibile.

Post Educativi: Le infografiche e i post educativi sono molto apprezzati su Instagram. Spiega concetti complessi in modo semplice e visivamente accattivante.

LinkedIn: Networking Professionale e Credibilità

LinkedIn è la piattaforma principale per il networking professionale:

Profilo Completo: Assicurati che il tuo profilo LinkedIn sia completo, includendo la tua formazione, esperienza lavorativa, certificazioni e competenze. Una foto professionale e un sommario ben scritto sono essenziali.

Contenuti Professionali: Condividi articoli e pubblicazioni relative alla tua specializzazione. Commenta e partecipa a discussioni in gruppi professionali per aumentare la tua visibilità.

Networking: Connettiti con altri professionisti del settore, partecipa a discussioni e collabora su progetti. LinkedIn è ideale per stabilire e mantenere relazioni professionali.

Testimonianze e Raccomandazioni: Chiedi ai tuoi colleghi e pazienti di lasciare testimonianze e raccomandazioni sul tuo profilo. Questi feedback positivi rafforzano la tua credibilità.

Twitter: Informazione Rapida e Discussioni in Tempo Reale

Twitter è ideale per aggiornamenti rapidi e discussioni in tempo reale:

Aggiornamenti Rapidi: Condividi notizie, articoli e aggiornamenti veloci sulla tua attività. I tweet devono essere brevi e concisi, ma informativi.

Hashtag e Tendenze: Partecipa alle discussioni utilizzando hashtag pertinenti. Rimanere aggiornati sulle tendenze del settore ti aiuta a essere parte della conversazione.

Engagement: Rispondi ai tweet dei pazienti, partecipa a discussioni e retweet i contenuti interessanti di altri professionisti del settore. Twitter è una piattaforma dinamica che premia l'interazione.

Creazione di Contenuti Educativi

Condividere contenuti educativi è fondamentale per attirare e mantenere l'interesse dei pazienti. Ecco alcuni tipi di contenuti che puoi creare:

Articoli e Blog: Scrivi articoli informativi su argomenti di interesse per i tuoi pazienti. Pubblica questi articoli sul tuo sito web e condividili sui tuoi profili social.

Video Educativi: I video sono uno strumento potente per spiegare procedure mediche, fornire consigli di salute e condividere testimonianze dei pazienti.

Infografiche: Le infografiche sono un modo efficace per presentare informazioni complesse in modo visivamente accattivante e facilmente comprensibile.

Webinar e Live Q&A: Organizza webinar su temi specifici e sessioni di domande e risposte in diretta per interagire direttamente con i pazienti e rispondere alle loro domande.

Rispondere alle Domande dei Pazienti

Essere reattivi e disponibili è essenziale per costruire fiducia con i pazienti. Rispondi alle domande sui social media in modo tempestivo e professionale. Ecco alcuni consigli:

Tempestività: Cerca di rispondere ai messaggi e ai commenti il più rapidamente possibile. La velocità di risposta è un indicatore chiave di professionalità.

Precisione e Chiarezza: Fornisci risposte precise e chiare. Evita il gergo tecnico e assicurati che le tue risposte siano facilmente comprensibili.

Empatia: Mostra empatia nelle tue risposte. Capire e riconoscere le preoccupazioni dei pazienti rafforza la fiducia e la relazione.

Feedback: Chiedi feedback ai pazienti sui contenuti che condividi e sui servizi che offri. Questo ti aiuta a migliorare e a capire meglio le esigenze dei tuoi pazienti.

Esempio:

La psicologa Campanaro ha creato un profilo Facebook dove condivideva regolarmente consigli di psicologia, storie di successo dei pazienti. Questo ha portato a un incremento significativo del suo seguito e a un maggior numero di prenotazioni da parte di giovani e adulti.

Pubblicità sui Social Media

Utilizza le opzioni di pubblicità mirata offerte dai social media per raggiungere un pubblico più ampio.

Puoi indirizzare gli annunci a gruppi specifici basati su età, interessi e localizzazione geografica.

Caso di Studio:

Il Dr. Bianchi, un ortopedico, ha lanciato una campagna pubblicitaria su Facebook mirata a persone con interessi legati allo sport e alla riabilitazione. La campagna ha avuto un ottimo ritorno, portando a un aumento del 25% nelle consultazioni per infortuni sportivi.

4. Implementa un Programma di Referral

Incentivi per i Pazienti Attuali

I pazienti soddisfatti sono una delle migliori risorse per acquisire nuovi pazienti. Offri incentivi ai pazienti attuali per riferire amici e familiari al tuo studio. Questo può includere sconti su future visite o piccoli premi.

Esempio:

La Clinica Vita ha introdotto un programma di referral che offriva un buono sconto del 10% su una visita successiva per ogni nuovo paziente portato da un paziente esistente. Questo ha incrementato il numero di nuovi pazienti del 18% in sei mesi.

Collaborazioni con Altri Professionisti

Stabilisci partnership con altri professionisti della salute, come dentisti, fisioterapisti e specialisti, per creare un sistema di referral reciproco.

Caso di Studio:

Il Dr. Verdi, un cardiologo, ha collaborato con una palestra locale per offrire screening cardiaci gratuiti ai membri. In cambio, la palestra ha raccomandato i servizi del Dr. Verdi ai loro membri, portando a un significativo aumento delle visite cardiologiche.

5. Migliora l'Esperienza del Paziente

Comunicazione Efficace

Assicurati che il tuo staff sia ben addestrato nella comunicazione con i pazienti. Un'accoglienza calorosa e una spiegazione chiara dei trattamenti possono migliorare significativamente l'esperienza del paziente.

Esempio:

Il Centro Medico Sant'Anna ha investito in un programma di formazione per il suo staff su tecniche di comunicazione empatica e gestione del paziente. Questo ha portato a un aumento della soddisfazione dei pazienti del 25%, con un conseguente incremento delle recensioni positive online.

Ambiente Accogliente

Crea un ambiente confortevole e accogliente nel tuo studio. Dalla sala d'attesa alle sale di trattamento, ogni dettaglio conta per far sentire i pazienti a proprio agio.

Caso di Studio:

La Clinica Oasi ha ristrutturato la sala d'attesa per renderla più accogliente, con sedie comode, riviste recenti e un'area per bambini. Ha anche implementato un sistema di chiamata che riduce i tempi di attesa percepiti. Questi cambiamenti hanno migliorato notevolmente le recensioni dei pazienti e aumentato la fidelizzazione.

6. Offri Servizi Aggiuntivi

Programmi di Prevenzione e Benessere

Oltre ai trattamenti tradizionali, considera di offrire programmi di prevenzione e benessere, come workshop sulla salute.

Esempio:

Il Centro di Salute Integrata ha iniziato a offrire workshop mensili sulla gestione dello stress e sessioni di counseling. Questi programmi hanno attirato nuovi pazienti interessati a un approccio olistico al benessere emotivo e hanno aumentato la frequenza delle visite di consulenza.

Telemedicina

L'offerta di servizi di telemedicina può attirare pazienti che preferiscono o necessitano di consulenze a distanza. Questo è particolarmente rilevante nell'era post-pandemia.

Caso di Studio:

Durante la pandemia, il Dr. Neri ha implementato un sistema di telemedicina per continuare a fornire consulenze ai suoi pazienti. Anche dopo la riapertura, molti pazienti hanno preferito continuare con le consultazioni a distanza, portando a un aumento della sua base di pazienti di oltre il 15%.

Sponsorizzazione e Partecipazione

Partecipa a fiere della salute, eventi comunitari e sponsorizza attività locali. Questi eventi offrono l'opportunità di presentarti alla comunità e costruire relazioni personali.

Esempio:

Il Dr. Bianchi, uno psichiatra, ha sponsorizzato un evento di benessere mentale nella comunità locale. Durante l'evento, ha offerto screening gratuiti e consulenze rapide per i partecipanti. Questo ha aumentato la visibilità del suo studio e attratto nuovi pazienti in cerca di supporto psicologico.

Educazione e Consapevolezza

Organizza seminari o conferenze sulla salute per educare la comunità su vari aspetti del benessere. Questo non solo aumenta la visibilità del tuo studio ma posiziona te come un esperto di fiducia.

Caso di Studio:

La Clinica Aurora ha organizzato una serie di conferenze mensili sulla salute mentale, attirando un pubblico numeroso. Questo ha rafforzato la loro reputazione nella comunità e ha portato a un aumento delle prenotazioni per consulenze psicologiche e psichiatriche.

7. Raccogli e Analizza il Feedback dei Pazienti

Sondaggi e Recensioni

Implementa sistemi per raccogliere feedback dai pazienti attraverso sondaggi e recensioni online. Ascolta attentamente le loro opinioni e apporta miglioramenti basati sui loro suggerimenti.

Esempio:

Il Dr. Mena ha introdotto un sondaggio di soddisfazione dei pazienti inviato via email dopo ogni visita. Utilizzando il feedback raccolto, ha apportato miglioramenti ai tempi di attesa e alla qualità del servizio, portando a una maggiore soddisfazione dei pazienti e a un incremento delle recensioni positive.

Miglioramento Continuo

Utilizza il feedback per migliorare continuamente i servizi offerti. Un'attenzione costante alla qualità del servizio può portare a una maggiore soddisfazione dei pazienti e a un aumento delle raccomandazioni.

Caso di Studio:

La Psicologa Serena Amoroso ha implementato un sistema di feedback continuo, monitorando e analizzando regolarmente i commenti dei pazienti. Questo ha permesso di identificare aree critiche da migliorare e di adottare misure correttive rapide. Come risultato, ha visto un aumento della fidelizzazione dei pazienti del 20%.

Attilio Marangi

Contattami per una consulenza e scopri come posso aiutarti a ottenere risultati concreti e tangibili.

www.attiliomarangi.it

Parliamone insieme e troviamo la strategia giusta per te.

Contattami tramite il mio sito web o prenota una consulenza direttamente.

<https://calendly.com/attilio-marangi/consulenza>