

STRATEGIA DI MARKETING, BRANDING* E COMUNICAZIONE

QUESTIONE - CHIAVE	RISPOSTA STRATEGICA
Aumentare le richieste di informazioni	<p>Occorre una strategia di branding* e di comunicazione per comunicare meglio cosa rende unica la clinica (dal punto di vista <u>del paziente</u>), evidenziandone e valorizzandone i punti forti e distintivi. Per questo è necessario:</p> <ul style="list-style-type: none"> - definire il cliente ideale (buyer persona) - definire gli elementi base del brand: promessa, carattere, valori, payoff, segni di riconoscimento - verificare che le prestazioni offerte concretizzino la promessa del brand - tradurre il brand in comunicazione efficace: messaggi concreti, incisivi e distintivi, stile riconoscibile e coerente col carattere del brand, media adeguati al brand/target
Aumentare il tasso di conversione	
Risolvere il problema del prezzo (percepito alto)	
Fidelizzare i clienti nel tempo	Creare percorsi di trattamento personalizzati e comunicarli adeguatamente su sito e social, in sala d'attesa e tramite lo staff.

Ogni struttura sanitaria è un brand. Il brand è l'immagine che i clienti hanno di un prodotto o azienda e nasce da tanti elementi: prodotti (le prestazioni offerte), comunicazione, passa-parola, recensioni, contatti col personale della struttura ... Un brand **forte e riconoscibile predispone il cliente a sceglierlo. Un Manuale del Brand ed una strategia di comunicazione sono indispensabili per veicolare messaggi efficaci e coerenti su tutti i media (contenuti e stile), presupposto indispensabile per un brand forte e riconoscibile.*