

QUESTIONARIO DI AUTOVALUTAZIONE DEL SITO WEB

1. **OBBIETTIVI:** prima di creare il sito, hai definito obiettivi *chiari e specifici* da raggiungere?

Sì __ No __

Obiettivi diversi richiedono strategie di comunicazione, contenuti e strumenti diversi; obiettivi vaghi o troppo ampi o generici non aiutano a costruire siti efficaci. Definisci obiettivi specifici, tempificati e quantificati.

2. **TARGET:** prima di creare il sito, hai definito chiaramente chi è il tuo cliente-paziente-utente ideale?

Sì __ No __

Rivolgersi a tutti indistintamente è inefficace e costoso. Definisci con chiarezza il tuo target ideale: profilo socio-demografico, bisogni e desideri, comportamenti, attitudini, timori, driver d'acquisto, influenzatori ...

3. **STRUTTURA:** il tuo sito ha una struttura chiara e logica, per consentire una navigazione fluida?

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

L'utente non deve "perdersi" fra le pagine. Crea una struttura snella, con pochi livelli e collegamenti logici fra le pagine; definisci un menù chiaro e sempre visibile; permetti la ricerca nel sito ...

4. **CONTENUTI**

a. **Coerenza:** i contenuti sono in linea coi tuoi obiettivi e con i bisogni e gli interessi del tuo target?

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

a. **Originalità:** i contenuti del tuo sito sono originali e *distintivi agli occhi del paziente*, rispetto ai concorrenti?

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

b. **Unicità:** la descrizione dello studio chiarisce cosa lo rende unico, *dal punto di vista del paziente*?

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

c. **Benefici:** la descrizione delle prestazioni offerte si focalizza sui *benefici distintivi per il paziente* (e non solo sulle caratteristiche tecniche della prestazione)?

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

d. **Coinvolgimento e call to action:** il tuo sito *coinvolge* il paziente? Lo invita ed *invoglia* all'azione desiderata (chiamare per informazioni o prenotazioni, scaricare una brochure, lasciare commenti ...)?

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

I siti vetrina sono poco attraenti. Crea contenuti distintivi, interessanti e coinvolgenti per il paziente; evidenzia ciò che ti rende realmente e tangibilmente unico (secondo i suoi criteri di valutazione) ed i benefici per lui

5. **STILE:** il tuo sito ha uno stile ed un linguaggio *riconoscibile* e coerente con l'identità del tuo studio?

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

Definisci uno stile che ti caratterizzi e ti renda riconoscibile; deve essere originale, ma autentico e coerente con quello usato sugli altri media ed in studio.

6. **GRAFICA:** la grafica del tuo sito è accattivante e distintiva, coerente fra le pagine e con quella degli altri mezzi di comunicazione (social, brochure, locandine, pubblicità ...)

Per niente __ Poco __ Abbastanza __ Molto __

Dedica cura alla grafica: immagini, colori, simboli, formattazione ... contribuiscono a caratterizzarti e distinguerti. Ma definisci linee-guida coerenti per tutti i mezzi di comunicazione, on e off-line.

7. **PROMOZIONE:** hai definito una strategia di promozione del sito, per renderlo visibile?

Sì __ No __

Anche un sito ben fatto è inutile se non ha visibilità e pochissimi siti emergono. Definisci una strategia per promuovere la visibilità (SEO, SEM, advertising ...)

8. **NAVIGAZIONE:** il tuo sito consente una navigazione fluida su tutti i device e sistemi operativi?

Sì __ No __

Cura particolarmente la visibilità da mobile e la velocità di caricamento delle pagine. Siti lenti o difficilmente leggibili da mobile sono tra le principali cause di abbandono.

9. **SICUREZZA:** il tuo sito è sicuro?

Sì __ No __

Dedica attenzione alla sicurezza per te (es.: back-up del sito) e per i tuoi utenti (es.: certificato SSL e rispetto della normativa su Privacy e Cookies)

10. **MISURAZIONE:** misuri regolarmente le prestazioni del tuo sito?

Sì __ No __

Per un sito di successo, non esistono regole facili, certe ed universali. Per migliorare il tuo sito, misurare le prestazioni, apporta modifiche e ri-misura!

Vuoi confrontarti con noi sul tuo sito e sulle opportunità di miglioramento?

PRENOTA UN APPUNTAMENTO telefonico o in video-call, scrivendo a razzano@razzanomanagedmed.com