

LA GUIDA PER PROFESSIONISTI SANITARI

Da Studio Vuoto ad Agenda Piena di appuntamenti qualificati.

Come Laura è passata da “ho pazienti sporadici” a fatturare €16.560/mese - Il metodo che rispetta il tuo tempo, il Codice Deontologico e che sta aiutando decine di professionisti sanitari come te.

Su di me



Sono Alberto, e come dice mia madre:
"faccio cose su internet".

Ho messo piede in questo mondo nel 2017,
iniziando per gioco a lanciare campagne su
Facebook. Era solo curiosità, poi ci ho preso
gusto. Mi sono buttato a capofitto tra corsi,
eventi e libri per capire come girava il gioco.

Nel 2021 mi sono laureato in Marketing, e l'anno
dopo ho concluso il Master in Marketing
Management de la Sapienza.

Dal 2018 lavoro come consulente marketing,
ovvero supporto imprese e professionisti,
aiutandoli ad ottenere clienti in modo costante.

Con il mio metodo ho portato oltre 3 milioni di
euro nelle tasche di chi ha avuto il coraggio di
fidarsi di me.

Ah, e quando non sono davanti al PC, mi trovi a
scattare foto per strada o in mezzo alla natura.

La verità che nessuno ti dice sul marketing sanitario

Caro professionista sanitario, quando ho iniziato a lavorare con studi medici e professionisti della salute, ho notato un pattern ricorrente: **eccellenti professionisti con agende vuote.**

Mi sono sempre chiesto come fosse possibile che persone così preparate e competenti facessero a trovare pazienti.

La risposta che è semplice ma scomoda:

essere un eccellente professionista sanitario non significa automaticamente avere uno studio pieno.

Ho visto troppi professionisti sanitari vivere nella convinzione che **"basta fare bene il proprio lavoro e i pazienti arriveranno"**. Questa mentalità, purtroppo, appartiene a un'epoca che non esiste più.

Altri falsi miti che ho sentito ripetere infinite volte:

- "Il passaparola è tutto ciò che mi serve"
- "I social sono per chi vende prodotti, non per professionisti seri"
- "La pubblicità online non funziona nel settore sanitario"
- "Abbassare i prezzi è l'unico modo per avere più pazienti"
- "I miei pazienti non sono su Instagram"

La cosa più frustrante? **Questi professionisti hanno tutte le competenze per eccellere.** Gli manca solo la consapevolezza di come il mercato sia cambiato e di cosa serve oggi per emergere.

La dura realtà del mercato sanitario oggi

Il mercato è cambiato negli ultimi 10 anni

- I **pazienti cercano online** prima di prenotare una visita (il 78% secondo le ultime ricerche)
- Le **recensioni online** influenzano più del passaparola tradizionale
- La **competizione è aumentata** esponenzialmente
- I pazienti vogliono **risultati rapidi, comunicazione costante**

La competenza non basta più (e non è colpa tua)

Ti sei formato per essere un eccellente professionista della salute, non un esperto di marketing. E va bene così.

- Le **università non insegnano** marketing sanitario
- I **corsi di aggiornamento** si concentrano sulla tecnica
- La maggior parte dei **"guru" del marketing** non capisce le specificità del settore sanitario.

Oggi, **ignorare il marketing** equivale a mettere la tua attività in **modalità autodistruzione lenta**.

Il momento della scelta

Ogni professionista sanitario che incontro si trova di fronte a una scelta:

- **Continuare a sperare** che le cose migliorino da sole, che il passaparola riprenda, che i pazienti tornino
- **Accettare la realtà** del mercato attuale e imparare le strategie che oggi fanno la differenza

Laura, la nutrizionista, di cui ti parlerò, ha fatto la **seconda scelta**. E i risultati parlano da soli.

La verità dietro un'offerta efficace: il caso di Laura

Servizio di Laura ad inizio percorso: **consulenze singole + piano alimentare**.

I pazienti “decidevano” se tornare o meno.

Questo modello creava diversi **problemi**:

- **Bassi margini di guadagno** per mantenere prezzi competitivi
- **Elevato turnover di pazienti** - l'**80% non tornava** dopo la prima visita
- **Incostanza nei ricavi** - **impossibile prevedere il fatturato** mensile
- **Continua ricerca di nuovi pazienti** - un circolo vizioso senza fine

Ecco cosa abbiamo fatto per creare un'offerta irresistibile

1. Capire i bisogni e i desideri reali dei pazienti

Siamo andati **oltre il problema superficiale** che i pazienti presentavano.

Perché in realtà **nascondevano bisogni profondi**.

Quindi siamo passati da:

- **"voglio perdere peso"**

a...

- "Voglio guardarmi allo specchio **senza provare disgusto**"
- "Voglio indossare quell'abito che ho nell'armadio **da 3 anni**"
- "Voglio giocare con i miei figli **senza restare senza fiato**"

Ecco cosa abbiamo fatto per creare un'offerta irresistibile

2. Creare una Promessa potente

Che parlasse direttamente ai desideri profondi che avevamo identificato.

La sua promessa originale era generica:

"Ti aiuto a seguire un'alimentazione corretta"

- Parlava di processo ("seguire"), non di risultato
- Non differenziava Laura da altri nutrizionisti
- Non toccava nessun desiderio emotivo profondo

Compresi i bisogni dei pazienti, è diventata:

"Ti guido verso una relazione sana con il cibo che ti permette di raggiungere i tuoi obiettivi di salute senza rinunce, creando abitudini sostenibili che durano per tutta la vita"

Ecco cosa abbiamo fatto per creare un'offerta irresistibile

3. Vendere la trasformazione, non il servizio

Il cambiamento più importante è stato passare dalla vendita di "**consulenze nutrizionali**" alla vendita di una **trasformazione completa**.

Prima, **vendeva un servizio**, quindi:

- Un **prodotto tangibile** (il piano alimentare)
- Il **paziente** doveva **compiere un'azione** ("seguire")
- Un **risultato meccanico** e **freddo**
- Qualcosa che potevano trovare anche online

Ora, **vende una trasformazione** quindi:

- **Stati emotivi** e **fisici** desiderabili
- **Risultati permanenti**
- **Benefici multipli** in diverse aree della vita
- Un **cambiamento profondo**

Ecco cosa abbiamo fatto per creare un'offerta irresistibile

4. Il risultato

Un programma di affiancamento di 6 mesi

Grazie a questa nuova comprensione, abbiamo strutturato **un'offerta diversa**:

- Un **programma di affiancamento** (non più consulenze singole)
- Un prezzo di **€720** per il programma
- Un **percorso chiaro**, con **fasi** e **obiettivi definiti**
- **Supporto continuo** invece di interventi sporadici

La vittoria è nella **tranquillità** che Laura ha oggi, sapendo di **non dover** più **rincorrere nuovi pazienti** e può finalmente **concentrarsi sulla qualità** del **servizio** che offre.

Da contenuti a caso a strategia efficace

Laura, seguiva tutti i "consigli"

Eppure, i pazienti scarseggiavano.

- **Contenuti casuali** senza una vera strategia
- **Post tecnici** comprensibili solo ai colleghi
- **Linguaggio** che non risuonava con i pazienti

Il risultato? Un **profilo confuso** che non generava **né interazioni** significative né, soprattutto, **richieste di appuntamenti**.

Questi sono gli stessi che vedo commettere a centinaia di professionisti come te.

La strategia che ha trasformato il profilo di Laura

1. Contenuti di Attrazione

Questi contenuti avevano un unico obiettivo: spingere le persone a seguire il profilo di Laura.

- **Guide pratiche** come "5 spuntini proteici sotto le 150 calorie"
- **Consigli salvabili** come "La tua lista della spesa settimanale per mangiare sano"
- **Soluzioni a problemi comuni** come "Dimagrire senza rinunciare alla pasta! Ecco come"

Fornivano **valore immediato**, dimostrando la **competenza di Laura** e **incoraggiando i potenziali pazienti a seguirla** per ricevere altri consigli utili.

La strategia che ha trasformato il profilo di Laura

2. Contenuti di Consapevolezza

Catturata l'attenzione dei follower, abbiamo usato questi contenuti per educarli sui problemi che stavano affrontando e sulle possibili soluzioni, creando fiducia e posizionamento.

- **Spiegavano "cosa fare" non "come farlo"**
("Per dimagrire devi creare un deficit calorico")
- **Condividevano esperienze personali:** storie di Laura o dei suoi pazienti che creavano connessione emotiva
- **Approfondivano temi complessi:** rendendo accessibili concetti scientifici complessi

Hanno **posizionato Laura come esperta** nel suo campo, **costruendo fiducia e autorità**.

La strategia che ha trasformato il profilo di Laura

3. Contenuti di Vendita

Dopo aver costruito una base solida di follower e aver stabilito la sua autorità, abbiamo introdotto contenuti progettati per la conversione:

- **Storie di successo** dei pazienti di Laura con risultati concreti e misurabili
- **Presentazione del suo programma** di 6 mesi con i benefici specifici
- **Contenuti che affrontavano le obiezioni** più comuni dei potenziali pazienti

Invece di contenuti "venditori", abbiamo **mostrato i risultati concreti** ottenuti dai pazienti di Laura, facendo parlare i **fatti più delle parole**.

Publicità efficace: da "sperare e pregare" a strategia misurabile

Publicità di Laura ad inizio percorso:
sponsorizzate da "Promuovi post" di IG

- **Nessuna strategia alla base**
- **Budget minimo**
- **Speranza** che qualcuno la contattasse
- **Target generico** senza segmentazione
- **Budget disperso** su contenuti casuali
- **Impossibilità di misurare l'efficacia**
- **ROI** (ritorno sull'investimento) inesistente

Il risultato? Qualche **views** in più, **raramente nuovi follower** e **quasi mai richieste** concrete di **appuntamento**.

La strategia pubblicitaria che ha cambiato tutto

Laura era completamente invisibile online e partivamo da zero. Esistono diverse strategie pubblicitarie efficaci nel settore sanitario, per lei questa si è rivelata la più adatta.

Pubblico Freddo: acquisire nuovi potenziali pazienti

- **Identificato il suo paziente ideale**
 - Caratteristiche demografiche specifiche
 - Interessi precisi correlati alla nutrizione
 - Problemi e desideri concreti
- **Utilizzato i contenuti di attrazione come esca**
 - Guide pratiche ricche di valore
 - Consigli immediatamente applicabili
 - Soluzioni a problemi comuni
- **Monitorato metriche specifiche**
 - Costo per nuovo follower (sotto i €3)
 - Percentuale di visualizzazione dei reels
 - Crescita del pubblico personalizzato

L'obiettivo di queste campagne non era vendere, ma:

- **Aumentare la visibilità** del profilo di Laura
- **Acquisire nuovi follower** (potenziali pazienti)
- **Costruire un pubblico caldo**

La strategia pubblicitaria che ha cambiato tutto

Pubblico Caldo: convertire follower in pazienti

Una volta costruito un pubblico di follower interessati, siamo passati alla fase di conversione:

- **Segmentato il pubblico caldo**
 - Chi aveva interagito negli ultimi 30 giorni
 - Chi aveva visitato il profilo negli ultimi 30 giorni
 - Chi seguiva il profilo di Laura
- **Utilizzato contenuti di consapevolezza e vendita**
 - Contenuti di consapevolezza che educavano
 - Casi studio con risultati ottenuti dai suoi pazienti
 - Testimonianze autentiche
 - Presentazioni del programma
- **Ottimizzato continuamente in base ai risultati**
 - Analizzato i risultati più volte a settimana
 - Più budget verso le inserzioni più performanti
 - Testato diversi messaggi e formati
 - Perfezionato continuamente il targeting

L'obiettivo qui era chiaro: far **"alzare la mano"** ai potenziali pazienti, incoraggiandoli a fare il passo successivo e richiedere informazioni.

I risultati concreti: da zero a eroe in meno di un anno

Quando **ho iniziato a lavorare con Laura** a maggio 2024, la sua **situazione era critica**:

- Pochi **pazienti sporadici** e **per caso**
- **Fatturato irregolare** e **imprevedibile**
- **Nessuna strategia di marketing**
- **Stress continuo** per la **ricerca di pazienti**

A **febbraio 2025**, dopo meno di un anno di collaborazione, i **numeri parlano da soli**:

- **23 pacchetti venduti** del **programma**
- **€16.560 di fatturato**
- **€1.075 investito** in **pubblicità**
- **ROI di 15x** (ogni € investito, oltre 15 di ritorno)

I risultati concreti: da zero a eroe in meno di un anno

La crescita: da maggio 2024 a febbraio 2025

Primi 3 mesi: Gettare le fondamenta

- Ridefinizione completa dell'offerta
- Creazione del piano editoriale strategico
- Primi test pubblicitari a budget ridotto
- Da 2-3 pazienti al mese a 8-10 pazienti

Mesi 4-6: Ottimizzazione e crescita

- Perfezionamento della strategia sui contenuti
- Aumento graduale del budget pubblicitario
- Stabilizzazione sui 12-15 pazienti mensili

Mesi 7-9: Scalare il sistema

- Identificazione dei pattern vincenti
- Test di nuovi pubblici e formati pubblicitari
- Crescita costante fino a 18-20 pazienti mensili

Mese 10: Il salto di qualità

- Sistema completamente ottimizzato
- Budget pubblicitario scalato con fiducia
- Risultato: 23 pazienti in un solo mese

I risultati concreti: da zero a eroe in meno di un anno

Come stiamo scalando oggi

1. Ottimizzazione del lifetime value

Molti pazienti, soddisfatti dei risultati ottenuti nei primi 6 mesi, ora optano per programmi annuali che garantiscono loro un supporto continuativo e a Laura una maggiore stabilità economica.

2. Espansione del team

Stiamo valutando l'inserimento di altri nutrizionisti nel suo studio per gestire la crescente domanda:

- Delegare parte dei pazienti
- Scalare senza compromettere il work-life balance
- Creare nuove opportunità di crescita
- Trasformare Laura in uno studio riferimento

3. Budget pubblicitario e crescita sostenibile

L'obiettivo è crescere in modo sostenibile: ogni nuovo collaboratore permetterà di gestire circa 20-25 pazienti in più al mese. In questo modo, nei prossimi 12 mesi, con un team di 3 nutrizionisti, Laura potrà realisticamente puntare a un fatturato di €40/50.000 mensili mantenendo alta la qualità del servizio.

I risultati concreti: da zero a eroe in meno di un anno

Il vero valore di questi risultati

Oltre ai numeri impressionanti, ciò che conta davvero è la trasformazione nella vita professionale di Laura:

- **Prevedibilità:** sa quanti pazienti arrivano ogni mese
- **Tranquillità:** non deve preoccuparsi costantemente di trovare nuovi pazienti
- **Focus:** può concentrarsi sulla qualità del servizio invece che sul marketing
- **Scalabilità:** Ha un sistema che cresce con lei

Il caso di Laura dimostra una verità che molti professionisti sanitari faticano ad accettare:

il successo nel marketing sanitario non dipende dal talento naturale o dalla fortuna, dipende da un sistema testato e ottimizzato.

Credenze che probabilmente ti stanno bloccando

#1: "I social non funzionano nel settore sanitario"

La verità è che i tuoi pazienti sono già sui social, cercando soluzioni ai loro problemi. Solo che tu non stai comunicando nel modo giusto per essere trovato da loro.

#2: "Le persone non pagano per pacchetti costosi"

I pazienti non pagano per singole visite, ma investono in risultati e trasformazioni. Laura è passata da consulenze singole a pacchetti da €720 senza perdere clienti – anzi, ne ha guadagnati.

#3: "La pubblicità è uno spreco di soldi"

La pubblicità senza strategia è uno spreco. La pubblicità con una strategia è un investimento con un ritorno misurabile, come dimostrano i risultati di Laura.

Cosa dovresti fare ora?

Se ti **riconosci in questa situazione**, se **pubblichiamo contenuti senza una strategia**, offri **consulenze singole** senza un percorso strutturato o fai **pubblicità "sperando" che funzioni**, è il momento che ti fermi a riflettere:

1. **Quanto tempo stai perdendo?**
2. **Quanto stress stai accumulando?**
3. **Quante possibilità di crescita stai perdendo?**

Non è colpa tua, è tua responsabilità

Mi piacerebbe poterti dire che questa situazione migliorerà da sola, ma sarebbe disonesto.

- **L'80% dei professionisti sanitari** senza una strategia di marketing continua a faticare
- **Il tempo che stai perdendo** è prezioso e non tornerà indietro
- **Ogni giorno che passa**, professionisti con un marketing sanitario che funziona, ti stanno rubando pazienti

Ecco cosa puoi fare subito:

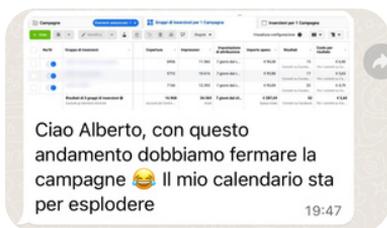
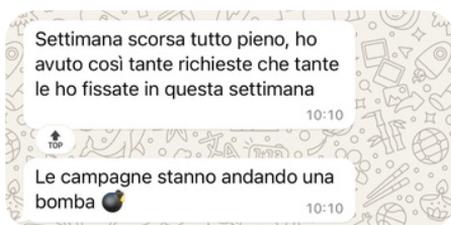
Prenota una **sessione strategica** gratuita di 30 minuti dove analizzeremo insieme:

- La tua offerta attuale e come potrebbe essere ottimizzata
- Il potenziale nascosto della pubblicità per il tuo studio
- I primi 3 passi concreti per iniziare la trasformazione

Non è una vendita camuffata.

È una vera consulenza dove ti darò valore concreto, che tu decida di lavorare con me o meno.

[Clicca qui e scegli il giorno e l'ora che preferisci](#)



PS: Ricorda: ogni giorno che passa senza un sistema di acquisizione pazienti efficace è un giorno perso.
Non rimandare ancora.