Salus agency, omnicanalitÃ e fiducia le leve al centro di una strategia di marketing sanitario

Descrizione

default watermark

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

Il modo in cui le persone cercano informazioni sulla salute Ã¨ cambiato da diversi anni, le persone consultano Google, e piÃ¹ di recente anche i sistemi di AI, per chiedere delucidazioni su sintomi, terapie, malattie ma anche su professionisti, aziende sanitarie e studi medici ai quali rivolgersi.

Questa evoluzione che induce sempre piÃ¹ persone ad affidarsi a un sistema di ricerca online prima di prenotare o richiedere un servizio medico, ha condotto a dei cambiamenti inevitabili anche nel mondo del marketing sanitario. Cambiamenti che agenzie come Salus Agency hanno saputo cogliere andando a strutturare dei servizi per il marketing sanitario pensati appositamente per far emergere online: professionisti, studi medici, cliniche e poliambulatori.

Essere trovati online non Ã¨ sufficiente per essere scelti, Ã¨ necessario lavorare sempre piÃ¹ verso una strategia di marketing omnicanale in grado di riuscire a raggiungere utenti in target e riuscire a portarli agilmente verso il contatto e la prenotazione della visita o di una prestazione.

La difficoltÃ del settore sanitario emerge dal fatto che le persone quando scelgono a chi affidarsi ricercano alcuni fattori importanti e fanno spesso anche approfondite analisi online passando dai siti web dei professionisti, ai loro blog e social network.

Il motivo Ã¨ che Ã¨ necessario instaurare un rapporto di fiducia che parte fin da prima della visita e della prenotazione in studio.

Riuscire a generare un rapporto di fiducia, farsi conoscere ancor prima di vedere il paziente in studio e soprattutto farsi trovare online, oggi Ã¨ possibile solo lavorando in unâ??ottica professionale con una strategia di marketing omnicanale che sia in grado di andare a trasformare lâ??expertise dei professionisti e delle aziende della salute in brand riconoscibili.

Salus Agency ha strutturato in tal senso un ventaglio di attivitÃ di marketing sanitario e digitale che conduce verso obiettivi specifici, costruendo progetti in grado di dare unâ??unica voce al professionista o studio, su diversi canali per convogliare al meglio le richieste e fidelizzare la propria clientela.

Omnicanale non vuol dire semplicemente essere presenti su molti canali, ma significa riuscire a progettare unâ??esperienza continua, in cui il sito, la SEO, i social, le campagne pubblicitarie e la comunicazione offline non viaggiano separati ma si rafforzano a vicenda.

default watermark

Il paziente che scopre uno studio medico tramite un post sui social network successivamente vuole approfondire lâ??attivitÃ sul sito, dopo di che legge le recensioni, e solo infine prenota o chiama per un appuntamento. In questo percorso lâ??utente sta percorrendo un viaggio unico dove ogni passaggio per lui deve essere la conferma di una premessa univoca.

Nel marketing per la sanitÃ questa coerenza diventa essenziale perchÃ© si tratta di un argomento sensibile nel quale si intrecciano: salute, fiducia, e spesso anche scelte delicate. Una comunicazione disordinata in tal senso potrebbe generare dubbio, mentre un percorso lineare e curato accompagna la persona dal primo contatto fino alla decisione, riducendo lâ??incertezza e mettendo in evidenza ciÃ² che rende unico il professionista o lâ??azienda.

Il modo in cui le persone cercano informazioni sulla salute Ã¨ cambiato da diversi anni, le persone consultano Google, e piÃ¹ di recente anche i sistemi di AI, per chiedere delucidazioni su sintomi, terapie, malattie ma anche su professionisti, aziende sanitarie e studi medici ai quali rivolgersi.

Questa evoluzione che induce sempre piÃ¹ persone ad affidarsi a un sistema di ricerca online prima di prenotare o richiedere un servizio medico, ha condotto a dei cambiamenti inevitabili anche nel mondo del marketing sanitario. Cambiamenti che agenzie come Salus Agency hanno saputo cogliere andando a strutturare dei servizi per il marketing sanitario pensati appositamente per far emergere online: professionisti, studi medici, cliniche e poliambulatori.

Essere trovati online non Ã¨ sufficiente per essere scelti, Ã¨ necessario lavorare sempre piÃ¹ verso una strategia di marketing omnicanale in grado di riuscire a raggiungere utenti in target e riuscire a portarli agilmente verso il contatto e la prenotazione della visita o di una prestazione.

La difficoltÃ del settore sanitario emerge dal fatto che le persone quando scelgono a chi affidarsi ricercano alcuni fattori importanti e fanno spesso anche approfondite analisi online passando dai siti web dei professionisti, ai loro blog e social network.

Il motivo Ã¨ che Ã¨ necessario instaurare un rapporto di fiducia che parte fin da prima della visita e della prenotazione in studio.

Riuscire a generare un rapporto di fiducia, farsi conoscere ancor prima di vedere il paziente in studio e soprattutto farsi trovare online, oggi Ã¨ possibile solo lavorando in unâ??ottica professionale con una strategia di marketing omnicanale che sia in grado di andare a trasformare lâ??expertise dei professionisti e delle aziende della salute in brand riconoscibili.

Salus Agency ha strutturato in tal senso un ventaglio di attivitÃ di marketing sanitario e digitale che conduce verso obiettivi specifici, costruendo progetti in grado di dare unâ??unica voce al professionista o studio, su diversi canali per convogliare al meglio le richieste e fidelizzare la propria clientela.

default watermark

Omnicanale non vuol dire semplicemente essere presenti su molti canali, ma significa riuscire a progettare unâ??esperienza continua, in cui il sito, la SEO, i social, le campagne pubblicitarie e la comunicazione offline non viaggiano separati ma si rafforzano a vicenda.

Il paziente che scopre uno studio medico tramite un post sui social network successivamente vuole approfondire lâ??attivitÃ sul sito, dopo di che legge le recensioni, e solo infine prenota o chiama per un appuntamento. In questo percorso lâ??utente sta percorrendo un viaggio unico dove ogni passaggio per lui deve essere la conferma di una premessa univoca.

Nel marketing per la sanitÃ questa coerenza diventa essenziale perchÃ© si tratta di un argomento sensibile nel quale si intrecciano: salute, fiducia, e spesso anche scelte delicate. Una comunicazione disordinata in tal senso potrebbe generare dubbio, mentre un percorso lineare e curato accompagna la persona dal primo contatto fino alla decisione, riducendo lâ??incertezza e mettendo in evidenza ciÃ² che rende unico il professionista o lâ??azienda.

Una strategia omnicanale efficace nasce da unâ??identitÃ solida, prima ancora dei singoli strumenti, il lavoro di Salus Agency prevede un approccio attento alla strategia di comunicazione: definire chi Ã¨ il cliente, cosa lo distingue e come vuole essere percepito. Infatti, da una strategia chiara nasce lâ??ordine in ogni scelta successiva, e si definiscono passo dopo passo gli strumenti da attivare, per rendere il brand sempre coerente in ogni touchpoint.

Su questa identitÃ si innesta poi la strategia SEO, il lavoro che porta il sito nelle posizioni che contano quando una persona cerca un trattamento, uno specialista o unâ??azienda del settore. Attraverso una strategia pensata per riuscire a raggiungere un pubblico ampio e davvero in target, fatto di chi sta giÃ cercando ciÃ² che il professionista offre ed Ã¨ pronto a compiere un passo.

Una presenza ben strutturata sui motori di ricerca Ã¨ spesso il primo punto di contatto, e va costruita perchÃ© regga nel tempo, ma il sito Ã¨ il luogo dove quella ricerca si trasforma in relazione, per questo motivo Ã¨ necessario progettare spazi digitali curati in ogni dettaglio, dal design esclusivo ai contenuti di valore, che permettano di accogliere il visitatore, comunicare professionalitÃ e accompagnarlo verso lâ??azione.

Quando serve, lo stesso principio guida la realizzazione di un e-commerce, dove lâ??esperienza dâ??acquisto deve essere chiara, sicura e coerente con lâ??immagine del brand. A dare profonditÃ a tutto questo sono i contenuti: articoli, testi e materiali che educano, informano e coinvolgono, perchÃ© nel settore della salute lâ??autorevolezza si costruisce spiegando. Un buon contenuto risponde alle domande reali delle persone, le accompagna nel percorso di scelta e posiziona il professionista come riferimento affidabile.

A dare voce e continuitÃ alla strategia omnicanale che Salus Agency progetta come agenzia marketing sanitario
ad oggi ci sono anche i social, che danno voce e continuitÃ a questa presenza con profili che non si limitano semplicemente a pubblicare qualche post, ma cercando di aiutare il brand o il professionista a costruirsi una comunitÃ , andando ad alimentare e migliorare la relazione.

default watermark

Lâ??advertising, infine, amplifica la voce e accelera i risultati, con campagne Google ADS e Meta altamente profilate siintercettano le persone giuste nel momento giusto, raggiungendo chi ha piÃ¹ probabilitÃ di diventare paziente o cliente. La pubblicitÃ a pagamento non sostituisce il lavoro organico, lo potenzia, dando visibilitÃ immediata a una strategia che continua a produrre valore anche nel lungo periodo.

Il valore non sta nei singoli tasselli, ma nel modo in cui si incastrano, in quanto la comunicazione definisce la rotta, la SEO porta traffico in target, il sito lo trasforma in contatto, i contenuti nutrono la relazione, i social la mantengono viva, lâ??advertising amplifica la voce. Tutto converge in un funnel completo, pensato per generare risultati misurabili e non semplice visibilitÃ .

Il marketing medico richiede un approccio su misura, capace di adattarsi alle specificitÃ di ogni realtÃ professionale. Ogni operatore sanitario, dal dentista al fisioterapista, dallo psicologo al nutrizionista fino alle strutture cliniche, presenta esigenze comunicative, pubblici di riferimento e criticitÃ differenti.

Per questo motivo, Salus Agency sviluppa strategie personalizzate, costruite partendo dallâ??identitÃ e dagli obiettivi del singolo professionista, evitando modelli standardizzati e replicabili. Lo stesso principio si applica alle aziende del comparto medicale e farmaceutico, cosÃ¬ come ai produttori e distributori di dispositivi medici.

In questi ambiti, la comunicazione deve non solo essere efficace, ma anche conforme alle normative vigenti e orientata a interlocutori altamente specializzati. In questo contesto, lâ??approccio omnicanale rappresenta un elemento essenziale: consente di creare un percorso coerente e integrato, capace di

accompagnare partner e clienti lungo processi decisionali spesso complessi e articolati.

Salus Agency va oltre la capacitÃ di gestire al meglio le singole attivitÃ , come la realizzazione di un sito o la gestione di campagne isolate, e dÃ la possibilitÃ a professionisti e brand del settore sanitario di costruire anche un ecosistema digitale solido, in grado di generare valore nel tempo. La profonda conoscenza del settore sanitario e delle sue regolamentazioni si unisce a competenze digitali avanzate, permettendo di tradurre vincoli normativi e bisogni specifici in strategie efficaci e misurabili. Salus Agency si affianca come un partner che segue ogni fase del percorso: dalla definizione strategica alla valutazione delle performance, con un approccio orientato ai dati, ai risultati e alla valorizzazione dellâ??unicitÃ di ogni cliente.

Salus Agency Ã¨ lâ??agenzia di comunicazione specializzata esclusivamente nel marketing digitale per il settore sanitario, medicale, farmaceutico e veterinario. Trasforma la competenza dei professionisti e delle aziende della salute in un brand riconoscibile, con un approccio data-driven e soluzioni su misura che spaziano da strategia digitale, SEO e content marketing fino a social media, advertising e realizzazione di siti web.

default watermark

Contatti:
Salus Agencyinfo@salusagency.it

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

ResponsabilitÃ editoriale di Salus Agency

â??

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione
Giugno 22, 2026
Autore
redazione