Webinar per i terapisti seguiti da Terapista Perfetto

Il primo contatto su WhatsApp

Come trasformare una richiesta che arriva dalle campagne in un appuntamento davvero fissato.

Cosa vediamo oggi

Dove si vince o si perde un paziente

1. L'errore che fa perdere la maggior parte dei contatti
2. Il metodo passo per passo, con i messaggi pronti da usare
3. L'arma che quasi nessuno usa: il **messaggio vocale**
4. Come vincolare l'appuntamento e cosa fare dopo il "sì"

Prima di partire

Il mercato è cambiato

Ieri: la telefonata

Le persone rispondevano volentieri e si fissava al telefono. Era il canale naturale del primo contatto.

Oggi: il messaggio

La chiamata viene spesso ignorata o vissuta come una vendita. Oggi la maggior parte dei contatti si gestisce e si chiude su WhatsApp.

Noi consigliamo ancora la telefonata quando riesci a farla: ben gestita, ti fa capire e chiudere più in fretta di una conversazione WhatsApp, anche se ottima. Ma se lavori con metodo, WhatsApp porta risultati eccellenti. Oggi ti do quel metodo.

In un mondo pieno di automatico, le persone comprano il reale.

Per questo il modo in cui scrivi conta più di qualsiasi strumento.

Una premessa importante

WhatsApp non è messaggistica a caso

Oggi vedremo come usarlo, ma questo non vuol dire riempirlo di tutto. Le persone cercano una realtà vera: mandare foto, locandine e materiale a caso, pieni di scritte o di percorsi diversi, non aiuta. Confonde e fa scappare il contatto.

Con l'AI oggi è facile fare tutto. Ma fare più del necessario diventa un errore: porta più problemi che benefici.

Non diventare dipendente dall'AI e dall'invio di materiale senza senso. Di più non è sinonimo di qualità, se manca una strategia chiara.

Partiamo da qui

Il contatto da campagna non ti conosce

Diverso dal passaparola

Col passaparola arriva già con fiducia. Dal marketing no: se non hai un brand forte, deve ancora capire chi sei, quanto costi e se puoi aiutarlo.

È freddo, ma caldo adesso

Ti ha scritto perché ha un problema oggi. Tra tre giorni quel problema è già passato in secondo piano.

Si gioca tutto qui

Il primo scambio di messaggi decide se diventa un paziente o resta un numero in rubrica.

Su un contatto da marketing, **almeno la metà va fissata**. Chi gestisce bene arriva a 7 su 10.

L'errore che fanno quasi tutti

Il messaggio sbagliato

Come scrive la maggior parte dei terapisti **Da evitare**

> Ciao! Quando vuoi fissare l'appuntamento? Oggi o domani?

Come dovresti scrivere **Meglio**

> Ciao Marco, grazie per avermi scritto. **Raccontami bene cosa senti e da quanto tempo**, così capisco se e come posso aiutarti.

Il primo non chiede la **problematica**. E la problematica è la cosa più importante di tutte: è il motivo per cui la persona ti ha scritto.

Le persone non scelgono l'osteopatia. Scelgono il terapista.

Come dal barbiere o al ristorante: si torna dalla persona con cui ci si trova bene. Nel primo messaggio devi far sentire che tu sei lì per lei, non che vuoi solo riempire l'agenda.

La prova arriva dalle recensioni

Guarda cosa scrivono davvero i pazienti

Rodolfo Feliciani Appuntamento verificato ★★★★★

Dottore che ti mette subito a tuo agio e ha un modo di fare dove sembra che il tuo problema lo avverte anche lui quindi diventa una condivisione del dolore che ti affligge.

C V Appuntamento verificato ★★★★★

Molto soddisfatto persona piacevole lo consiglio mi è stato consigliato da una carissima amica anche se avevo visto già su i social persona che ispira fiducia

giuseppe Appuntamento verificato ★★★★★

mi rivolgo al dottore per un problema di contrattura al trapezio e cervicalgia. persona empatica, molto attento nell'ascolto, rende partecipi attivamente durante la seduta spiegando tutto quello che fa e dispensa consigli su come affrontare la problematica nel quotidiano.

Fiducia, ascolto, empatia

Mai "quante lauree ha appese sul muro" o "è più bravo degli altri". Le persone comprano le persone, non la professione.

Il metodo, passo per passo

Sei passi, con i messaggi pronti da copiare.

Passo 0

Parti dal problema, non dal calendario

Tenere il calendario automatico collegato è comodo per te, ma è uno svantaggio per il paziente: vuole capire quanto costi, dove sei e se puoi aiutarlo. Prima deve passare da te.

La risposta automatica va bene

Serve a non lasciare nessuno senza risposta. Ma è solo l'inizio, non la conversazione.

Poi entri tu, come persona

"Raccontami il tuo problema" apre il dialogo molto più di "prenota qui".

La visita la chiudi dopo

"Per valutare bene la situazione ho bisogno di vederti almeno una volta in studio."

Passo 1

Chi risponde subito, fissalo subito

La regola è semplice: batti il contatto finché è caldo. Se ti risponde nel giro di poco, non rimandare, porta la conversazione verso una data mentre l'interesse è al massimo.

Dopo che ti ha raccontato il problema

> Capisco bene, è una cosa che tratto spesso. Per valutarla ho bisogno di vederti una volta in studio. **Ti trovi meglio in settimana o la prossima?** Ti propongo martedì alle 18 o giovedì alle 10.

Due opzioni concrete di giorno e orario convertono molto più di "fammi sapere quando puoi".

Passo 2

Non risponde in 1-2 giorni? Manda un vocale

Lo stesso messaggio che manderesti scritto, ma in vocale **Messaggio vocale**

"Buongiorno, sono Marco Rossi, l'osteopata che ha contattato tramite le inserzioni sui social. Volevo sapere se avesse degli orari e delle giornate più comode per fissare un appuntamento, o in alternativa per sentirci al telefono. Le auguro una buona giornata."

Nome e cognome, il motivo per cui scrivi, due strade possibili. Gentile, personale, senza vendere niente.

Perché il vocale è l'arma più forte

Più intimo di una chiamata, meno invadente

Lo ascolta quando vuole

La chiamata ti interrompe. Il vocale lo senti con calma, anche alle dieci di sera.

Vince la curiosità

Un vocale significa "c'è qualcosa di personale da dirmi". È quasi impossibile non ascoltarlo.

Non sa di vendita

La chiamata sembra un call center. Il vocale dice "rispetto il tuo tempo e il tuo spazio".

La chiamata può stare stretta. Il vocale no: arriva, incuriosisce, e lo ascolta nel momento giusto per lui.

Passo 3

Ancora niente? Archivia la chat

Se non risponde nemmeno al vocale, archivia la conversazione e lasciala decantare. È il momento in cui, molto spesso, le persone si rifanno vive da sole.

Archiviare non vuol dire cancellare. Vuol dire togliere pressione e dare spazio.

Qui rientra una buona fetta di chi sembrava perso: ti scrivono loro, e tu riparti da dove eravate rimasti.

Passo 4

Dopo una settimana, il secondo vocale

Stessa formula, girata sulla sua richiesta **Messaggio vocale**

"Buongiorno, sono Marco Rossi. Le scrivo perché mi è rimasta in agenda la sua richiesta per [la problematica che mi aveva riportato]: volevo sapere se devo **tenerle un posto in agenda oppure cancellarla**. Se vuole che glielo tenga, mi dica pure gli orari più comodi per fissare o per sentirci."

Qui entra una leva in più: la scelta tra **tenere o perdere il posto** in agenda spinge a rispondere.

Passo 5

"Le faccio sapere io": fissa comunque

Quando una persona rimanda ("appena ho gli orari ti dico"), non lasciarla in sospeso. Proponi di fissare lo stesso, scaricando su di lei un motivo utile.

La risposta che vincola senza forzare

Guardi, so già che nelle prossime settimane avrò pochi slot liberi. **Le propongo di fissare comunque**: così lo tiene, e se non riesce mi avvisa e lo spostiamo. E consideri una cosa: per la problematica che mi ha riportato, **più aspettiamo più la situazione può complicarsi**, e a quel punto pochi trattamenti potrebbero non bastare più.

Passo 6

L'ultimo messaggio, poi si chiude

Se dopo i due vocali non hai ancora risposta, un ultimo messaggio scritto, breve. Se anche a quello non risponde, chiudi e passa oltre: hai fatto tutto il possibile.

Il messaggio di chiusura

> Buongiorno, sono Marco Rossi. Volevo sapere se ha delle novità, così mi organizzo con l'agenda.

La tecnica che cambia i numeri

Fissa "per lei", poi tieni il posto caldo

Fissa sempre a favore del paziente

"Fisso l'appuntamento più che altro per lei, ho paura di non trovarle posto. Se non riesce, mi avvisa e lo spostiamo."

Una volta fissato, è vincolato

La persona sente che ormai l'appuntamento c'è. Ed è molto più difficile sparire su una data concreta.

Se sposta, ne fissi subito un altro

Non lasciarlo senza data. Appena chiede di spostare, gli dai subito il nuovo giorno e orario.

Lo schema completo

Il flusso dal primo messaggio in poi

0	**Risposta automatica, poi la problematica** "Raccontami il tuo problema", non "prenota qui"	Subito
1	**Risponde? Fissi subito** Due opzioni concrete di giorno e orario	Finché è caldo
2	**Silenzio? Primo vocale** Nome, motivo, due strade possibili	Dopo 1-2 giorni
3	**Ancora niente? Archivi** Spesso qui si rifanno vivi da soli	Subito dopo
4	**Secondo vocale sulla sua richiesta** "Le tengo il posto in agenda o lo libero?"	Dopo ~1 settimana
5	**Ultimo messaggio scritto, poi chiudi** Se non risponde, passi oltre	Dopo altri giorni

Non finisce con il "sì"

Cura la seduta, crea empatia, resta presente

La seduta va gestita bene e con attenzione: è lì che nasce l'empatia e la persona decide se tornare. E intorno alla seduta costruisci il rapporto che ti fa scegliere di nuovo.

Prima

"Mandami pure qualche informazione o un referto, così arriviamo preparati."

Appena esce

"Per qualsiasi cosa scrivimi. Tra tre giorni ci risentiamo per un aggiornamento."

Il giorno dopo

"Come va oggi? Fammi sapere come stai rispetto a ieri."

Le due cose che nessuno ha e che fanno la differenza: **tempo e pazienza**.

La tua missione

Da applicare sul prossimo contatto

- [ ] Primo messaggio: chiedo il problema, non l'appuntamento
- [ ] Chi risponde subito, lo fisso subito con due orari
- [ ] Chi tace 1-2 giorni, riceve il primo vocale
- [ ] Se non risponde, archivio e lascio decantare
- [ ] Dopo una settimana, secondo vocale sulla sua richiesta
- [ ] Ultimo messaggio scritto, poi chiudo senza insistere oltre
- [ ] Fisso sempre "per lui"; se sposta, do subito una nuova data
- [ ] Dopo la seduta resto presente: prima, appena esce, il giorno dopo

L'obiezione che sentiamo spesso

Il difficile non è rifissarlo

Cosa ci dicono molti terapisti

"Quando il paziente viene in studio riesco a rifissarlo. Il difficile è farlo venire la prima volta."

Rifissare chi è già da te è il minimo, e meno male: se non ci riuscissi, vorrebbe dire che c'è un problema serio di gestione e di empatia. Il lavoro vero è tutto prima, nel portarlo lì la prima volta.

La domanda vera

Perché dovrebbero scegliere proprio te?

Fissare è difficile, è vero. Molti fanno tutto di fretta, pensando solo a velocizzare il proprio lavoro invece di prendersi cura di ogni singola persona che scrive.

La differenza la fai proprio qui, nel primo contatto. Non su quante lauree hai, ma su come gestisci la persona dal primo messaggio.

Le vostre domande

Rispondiamo a una domanda arrivata da una di voi.

La domanda

"È un percorso, non un appuntamento qualunque"

Ci scrive una terapista

> "Molti pazienti trattano l'appuntamento come qualcosa di spostabile: disdicono per lavoro o per una visita medica, come se da noi non stessero facendo un vero trattamento. Come faccio a far percepire che è parte di un percorso curativo che ha bisogno di continuità?"

Domanda importante. E la risposta cambia a seconda del momento in cui ti trovi con quella persona.

Prima una distinzione

Primo appuntamento e percorso non sono la stessa cosa

Al primo appuntamento

La persona non ha ancora provato il valore del trattamento. Qui non puoi ancora vendere la continuità del percorso.

Quando il percorso è avviato

Ha già sentito il beneficio. Qui puoi e devi parlare di continuità e di progressione.

Il messaggio giusto dipende da dove si trova la persona. Usare lo stesso per entrambi è l'errore più comune.

Al primo appuntamento

Alza il valore della valutazione

Non parlare ancora di percorso. Rendi importante la prima valutazione e collegala al problema che la persona ti ha appena raccontato.

Prenotazione qualunque **Da evitare**

"Perfetto, ti prenoto una visita per martedì alle 17."

Prenotazione collegata al problema **Meglio**

"Perfetto Marco. Ti fisso la **prima valutazione** per martedì alle 17: visto che il dolore alla schiena ti limita al lavoro da mesi, andremo a capire da dove nasce e come intervenire nel modo più adatto."

La leva più forte all'inizio

Fai verbalizzare il costo del problema

Prima di fissare, chiedi quanto quel problema sta pesando. Quando è la persona a dirlo ad alta voce, l'appuntamento diventa il primo passo per risolverlo.

Tu

"Questo problema quanto ti sta limitando nel lavoro, nello sport o nel sonno? Cosa non riesci più a fare come vorresti?"

Il paziente

"Non riesco più a correre come prima."

Tu

"Allora nella prima valutazione capiamo **cosa limita la tua corsa** e da dove partire per lavorarci."

Quando il percorso è avviato

Parla di percorso, non di seduta

Cambia le parole in prenotazione e nei promemoria. Una piccola modifica sposta la percezione da "una visita isolata" a "un passaggio del mio percorso".

Promemoria qualunque **Da evitare**

"Ti ricordiamo che hai una visita prenotata per giovedì alle 18."

Promemoria del percorso **Meglio**

"Ciao Marco, ti ricordiamo **il prossimo appuntamento del tuo percorso** con il dott. Rossi, giovedì alle 18. Ti aspettiamo per continuare il lavoro iniziato insieme."

Quando il percorso è avviato

Rendi visibile il percorso

A fine visita non far uscire la persona con "ci vediamo la prossima settimana", ma con un passaggio preciso del percorso.

1. Valutazione iniziale
2. Trattamento
3. Verifica della risposta
4. Progressione del trattamento
5. Rivalutazione

Prossimo appuntamento

Martedì 8 ottobre, **fase 2 del tuo percorso**.

Quando arriva la disdetta

Non combattere il motivo

Accogli, ricollega al problema o al percorso, e proponi subito un'alternativa.

Se è il primo appuntamento

"Certo Marco, nessun problema. Visto il problema di cui mi avevi parlato, ti consiglio di non rimandare troppo: prima lo valutiamo, prima capiamo come affrontarlo. Ti propongo queste due date..."

Se il percorso è già avviato

"Certo, ti aiuto a riprogrammare. Ti segnalo solo che questo appuntamento fa parte del percorso: meglio non interrompere troppo la continuità. Ti propongo queste due alternative..."

Lo schema è sempre lo stesso: comprensione, problema o continuità, conseguenza, alternativa concreta.

Non la giustificazione difensiva

"Il nostro appuntamento è importante quanto quello dal medico."

Ma il messaggio credibile

"Funziona per progressione: ogni appuntamento ha una funzione e la continuità porta il risultato."

Un'altra domanda

"Vuole solo il prezzo e non ha tempo di telefonare"

Ci scrive un'altra terapista

"Arrivano contatti che evitano la telefonata e scrivono chiaro che vogliono solo sapere il prezzo della promo. Dicono che non hanno tempo di chiamare, anche se propongo un orario comodo. Come mi comporto?"

Capita spesso. E la risposta è: non trasformare la telefonata in un ostacolo.

Il principio

Non trasformare la chiamata in un ostacolo

Se una persona dice chiaramente che non ha tempo di telefonare, insistere tre o quattro volte sulla chiamata crea solo attrito. Ma non darle nemmeno il prezzo secco senza aver costruito un minimo di valore.

Da dove parte

"Quanto costa?"

Dove vuoi portarla

"Ho capito cosa comprende e perché può essermi utile per il mio problema."

Come gestirla su WhatsApp

Accogli, riporta sul problema, poi il prezzo

1. Accogli la richiesta

"Certo 😊 Ti spiego volentieri come funziona."

2. Riporta sul problema

"Prima però, visto che ogni trattamento viene adattato alla persona, mi dici in due parole **qual è il problema che vorresti risolvere?**"

3. Dai valore prima del prezzo

"Capito. Nel tuo caso lavoreremo proprio su [il tuo problema], con [breve spiegazione]. La promo comprende [X] e [Y] e ha un valore di 39€."

Se continua a volere solo il prezzo

Non combattere: dai il prezzo e riqualifica

Se insiste, non irrigidirti. Dai il prezzo, ma aggiungi subito il contesto che lo trasforma da numero a valutazione.

La risposta che non perde il lead

"Certo, la promo è di 39€ 😊 Ti segnalo solo che non è una semplice seduta: la prima parte serve a **valutare il tuo problema** e capire come intervenire nel modo più adatto. Se vuoi, continuiamo tranquillamente qui su WhatsApp e ti spiego come funziona."

Un cambio di mentalità

Cambia la domanda che ti fai

Non

"Come faccio a farlo telefonare?"

Ma

"Come creo valore e lo qualifico anche se non vuole telefonare?"

Chi preferisce WhatsApp non è un cattivo lead: magari ha poco tempo, non ama telefonare, o vuole capire il prezzo prima di decidere. Può essere interessato quanto gli altri.

La telefonata è uno strumento di conversione, non il requisito per convertire.