TERAPISTA PERFETTO

La problematica del contatto

è il tuo asset più sottovalutato

Come usare i dati dei tuoi pazienti per crescere in modo strategico

IL PROBLEMA

Perché la maggior parte dei contatti non si converte

Quando un contatto entra nel tuo gestionale, porta già con sé un'informazione fondamentale: il motivo per cui ti ha cercato. Il problema specifico che lo tiene sveglio la notte, che gli impedisce di fare quello che faceva prima, che lo ha spinto a compilare un form e lasciare il suo numero.

La maggior parte dei professionisti questa cosa la salta completamente. Aprono il gestionale, vedono il numero, chiamano. L'obiettivo è uno solo: fissare l'appuntamento il prima possibile. Prima chiudo, meglio è.

Il problema è che il paziente lo sente. Si sente uno dei tanti. Una chiamata uguale a quella che probabilmente ha già ricevuto da altri studi. E spesso trova una scusa per non venire, oppure viene una volta e non torna più. E a quel punto si dice "era un contatto non interessato" quando in realtà il problema era a monte, già nella prima gestione.

IL CAMBIO DI PROSPETTIVA

Il punto è questo

Se prima di chiamare sai già che quella persona ha un'ernia al disco da sei mesi, che ha già provato la fisioterapia senza risultati e che ora è stanca e sfiduciata... la chiamata cambia completamente.

Cambia il tono. Cambiano le parole. Cambia quello che il paziente percepisce dall'altra parte del telefono. Non parli più in modo generico di "visita iniziale" o "valutazione". Parli di lui, del suo problema, di quello che probabilmente sta vivendo. E quella persona, che magari stava già pensando di non presentarsi, sente qualcosa di diverso.

> ***Non lo stai chiamando per riempire l'agenda. Lo stai chiamando perché hai letto la sua situazione e vuoi capire se puoi davvero aiutarlo.***

Questa differenza, che sembra piccola, ha un impatto enorme sul risultato finale. Concretamente, impatta su tre cose:

01	02	03
Più appuntamenti fissati sul totale contatti ricevuti	**Meno disdette prima ancora della prima seduta**	**Più pazienti che tornano e acquistano un percorso**

Le persone non cercano un terapista. Cercano qualcuno che risolva il loro problema. Quello specifico, non un problema generico. Se dalla prima chiamata dimostri già di conoscerlo e capirlo, la diffidenza si abbassa e la fiducia parte in anticipo. Prima ancora che mettano piede in studio.

Sapere che questa cosa è importante è il primo passo, ma da solo non basta. Bisogna lavorare attivamente su questa parte.

IL LIVELLO SUCCESSIVO

I dati che stai raccogliendo valgono molto più di quanto pensi

Avere le problematiche scritte e raccolte nel proprio gestionale per ogni contatto non ti serve solo per gestire meglio la singola chiamata. Nel tempo, diventa una fonte di dati reale sul tuo studio.

Se su 100 contatti che arrivano, 50 hanno problemi alla schiena, 30 al ginocchio e 20 alla spalla, quella è un'informazione strategica. Ti dice su quali problematiche concentrare i contenuti, su quale target stai lavorando meglio, dove ha senso investire di più in campagne.

Strategie di ricontatto su misura

E ti permette di fare una cosa che pochissimi studi fanno: costruire strategie di ricontatto su misura. Chi non ha fissato l'appuntamento non va ricontattato con un messaggio generico del tipo "sei ancora interessato?"

Va ricontattato con un messaggio che parla esattamente del suo problema, che magari porta un contenuto utile su quella specifica problematica, che dimostra competenza su quello che lui sta vivendo. Quel tipo di ricontatto converte. L'altro no.

> ***Avere un pool di risposte e messaggi già scritti, organizzati per tipologia di problema, ti permette di farlo in modo rapido e sistematico. Non devi reinventare nulla ogni volta. Sai già cosa dire, a chi dirlo e quando.***

Questo è il motivo per cui la problematica che il paziente ha lasciato nel form non è un dato da archiviare o da leggere di fretta prima di chiamare. È il punto di partenza di tutta la relazione e, nel tempo, di tutta la strategia del tuo studio.

ASSET A LUNGO TERMINE

Un valore che va ben oltre lo studio

Un gestionale con 500 contatti profilati per problematica vale molto di più di uno con 500 numeri generici. Puoi ricontattare, segmentare, creare campagne specifiche, mandare contenuti mirati. Quei dati non scadono, anzi nel tempo diventano sempre più utili.

Recruiting più preciso e più efficace

Quando il momento di cercare un collaboratore arriva, quei dati diventano uno strumento di recruiting concreto. Non stai cercando "un fisioterapista" in modo generico. Sai esattamente di cosa ha bisogno il tuo studio: se il 60% dei tuoi pazienti ha problemi alla schiena, cerchi qualcuno con esperienza specifica su quello. Cerchi la persona giusta, non una persona qualsiasi.

E quando presenti il tuo studio a un potenziale collaboratore con dati reali in mano, quanti pazienti entrano, che problematiche hanno, che tipo di lavoro troverà, cambia completamente la percezione. Non sei lo studio che cerca qualcuno perché è in difficoltà. Sei uno studio strutturato, che conosce i propri numeri e sa dove sta andando.

> ***Per un professionista bravo, che ha scelta su dove andare a lavorare, questa differenza conta enormemente.***