



Gli strumenti essenziali per migliorare la tua presenza online come avvocato o medico

Nel mondo digitale odierno, essere presenti online non è più solo un'opzione: è una necessità. Per avvocati e medici, la sfida è duplice. Non si tratta solo di raggiungere nuovi clienti o pazienti, ma anche di mantenere una reputazione impeccabile in settori dove fiducia e credibilità sono tutto. Questa guida ti fornirà strategie concrete per distinguerti e crescere nel panorama digitale.



Massimiliano Faticoni

Perché una presenza online è importante per professionisti

1

Visibilità

Un sito web e profili sui social media rendono più facile per i potenziali clienti trovare te e i tuoi servizi.

2

Credibilità

Un sito web professionale dimostra professionalità e affidabilità, aumentando la fiducia dei clienti.

3

Competitività

In un mercato competitivo, la presenza online è essenziale per distinguersi e attirare nuovi clienti.

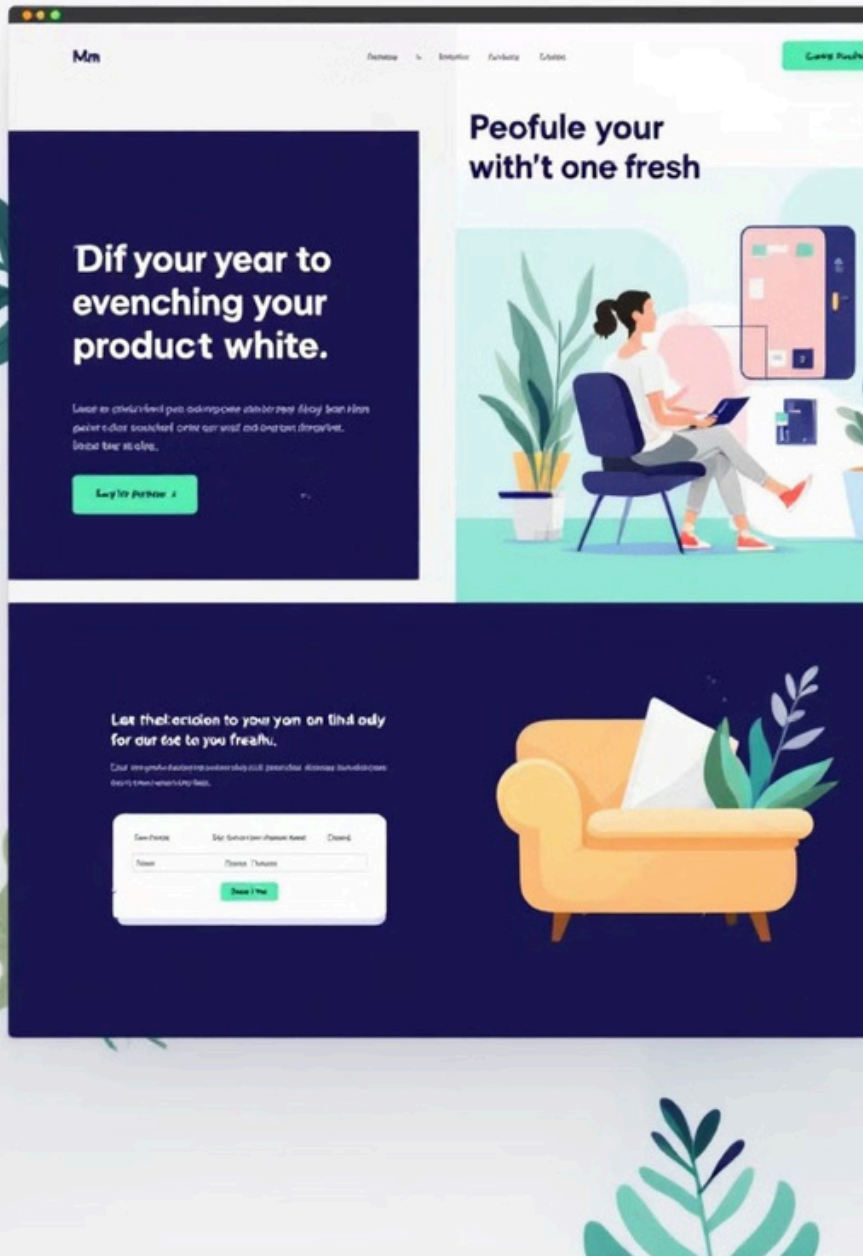
4

Coinvolgimento

I canali online consentono di interagire con i clienti, rispondere alle loro domande e costruire relazioni durature.



Costruire un sito web professionale e di qualità



PROGETTAZIONE

Scegli un sistema e un design accattivante con il sistema semplice come (es. Wordpress) e con un tema (es. DIVI) facile da navigare e ottimizzato per dispositivi mobili.

CONTENUTO

Fornisci contenuti sui tuoi servizi e risorse legali e mediche gratuite (es. guida alla gestione di un contratto), esperienze e qualifiche. Crea un BLOG con articoli specifici sulla tua nicchia professionale.

PLUGIN

Ottimizza il sito web con un plugin specifico per la SEO (es. **Rank Math SEO**) per migliorare la visibilità online e uno per la gestione delle prenotazioni (es. Amelia).

Ottimizzare il tuo profilo sui social media

PROFILI COMPLETI

Crea o ottimizza profili su LinkedIn e Facebook e assicurati che tutti i tuoi profili siano aggiornati con informazioni di contatto giuste, accurate e foto professionali.

CONTENUTI DI VALORE

Pubblica regolarmente contenuti di valore su LINKEDIN per la tua audience, articoli di BLOG, consigli legali e di salute e aggiornamenti normativi.

STRATEGIE AVANZATE

Campagne pubblicitarie mirate su Facebook/Instagram per target specifici (es. famiglie per pediatri, imprenditori per avvocati aziendali)

Creare contenuti di valore per la tua audience

1

ARTICOLI DEL BLOG

Offri contenuti utili e informativi che affrontano le preoccupazioni della tua audience, post su cambiamenti normativi, consigli legali e medici pratici.

2

VIDEO

Crea video brevi e coinvolgenti che offrano consigli, interviste o dietro le quinte del tuo lavoro: cambiamenti normativi o miti sfatati sulla salute, aggiornamenti scientifici.

3

INFONOGRAFICHE

Presenta informazioni complesse in modo visivamente accattivante e facilmente digeribile.

4

FORMATI INNOVATIVI

Podcast: interviste con colleghi o approfondimenti su temi di interesse; Case study anonimi: esempi pratici di casi risolti (per avvocati) o trattamenti innovativi (per medici).

Utilizzare il marketing via email in modo strategico

COSTRUZIONE DEL DATABASE

Raccogli indirizzi email dai visitatori del tuo sito web o dai tuoi profili social media.

SEGMENTAZIONE

Suddividi il tuo database in gruppi basati su interessi, esigenze o comportamenti.

PERSONALIZZAZIONE

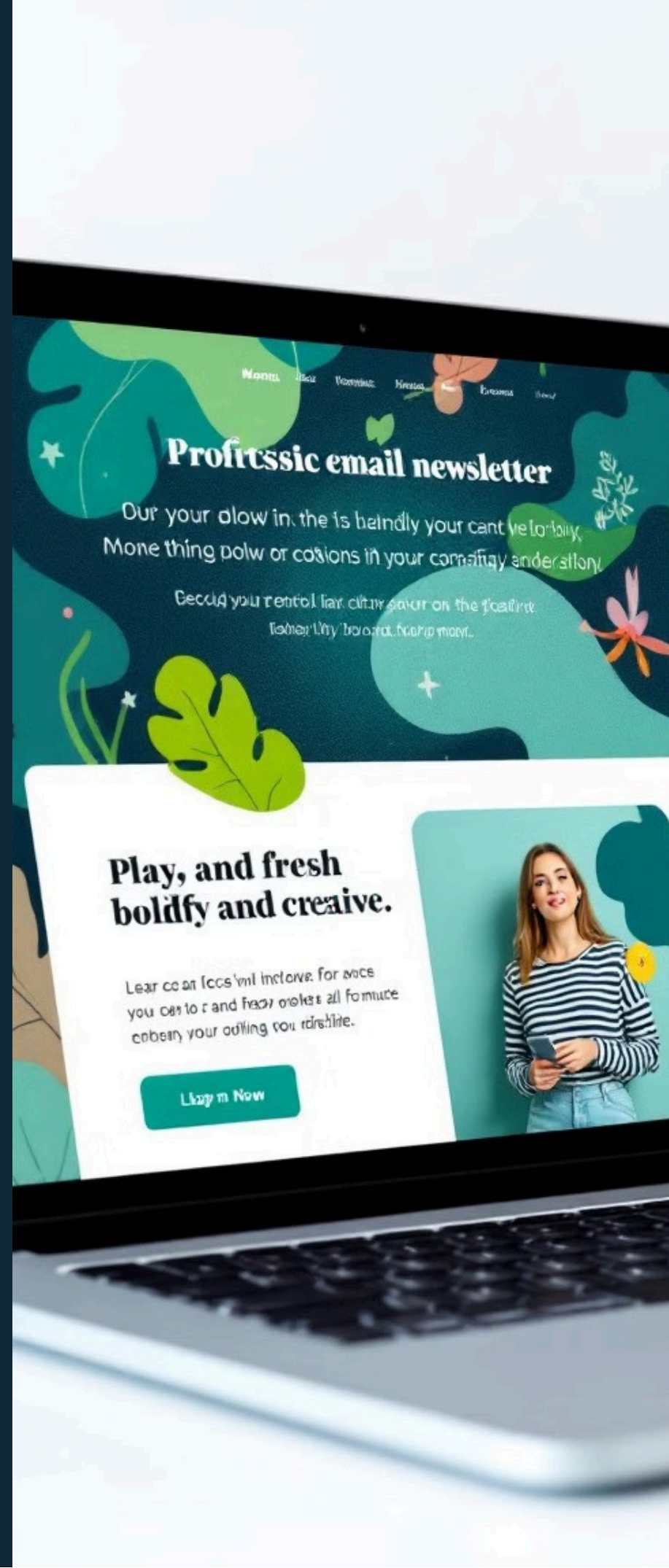
Invia email personalizzate e pertinenti a ogni segmento della tua audience.

RECENSIONI ON LINE

Richiedi le recensioni su specifici servizi rispondendo anche a recensioni negative trasformandole in opportunità.

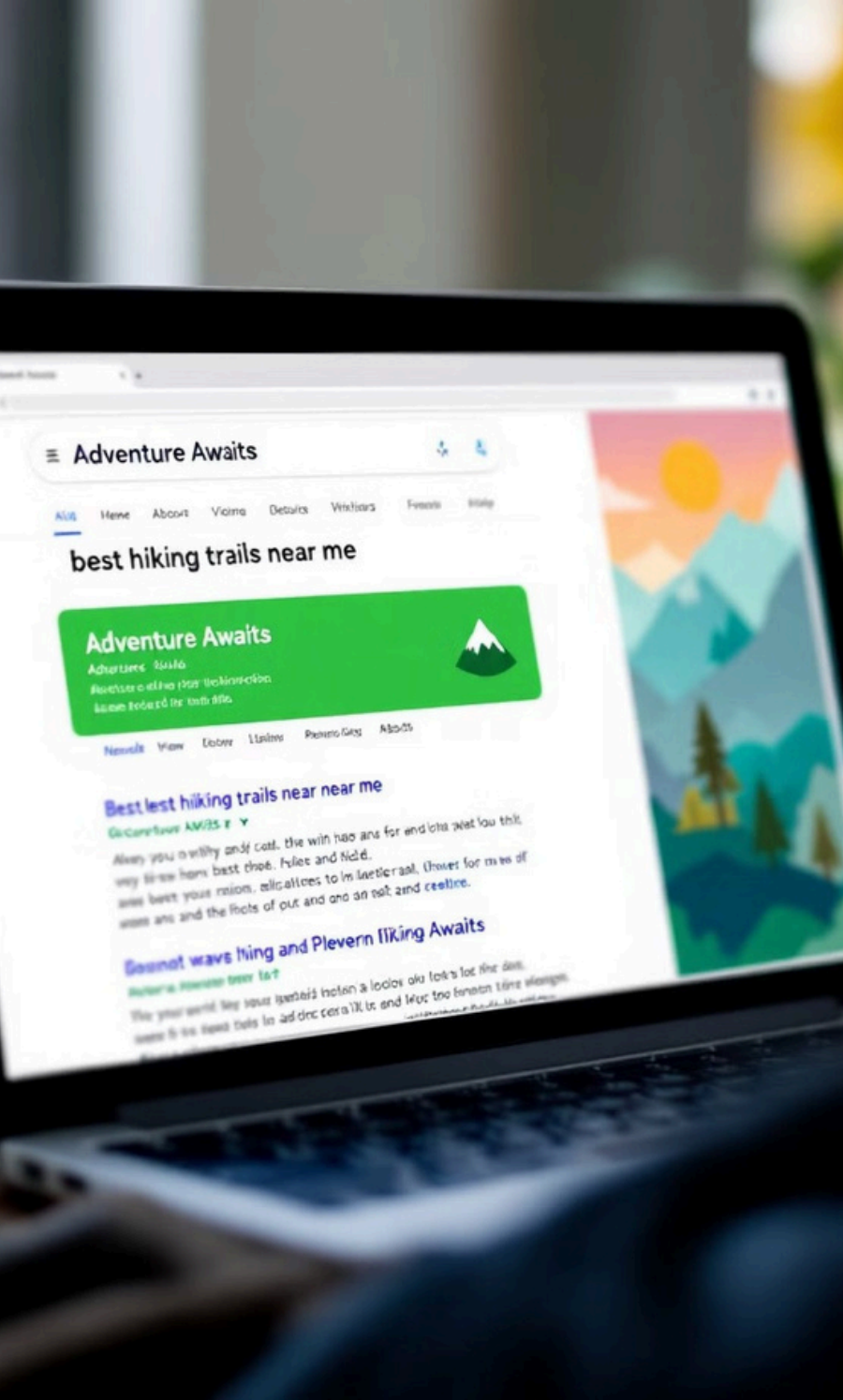
AUTOMAZIONE

Crea sequenze email con software come MAILERLITE (es. una guida gratuita).



Investire nel posizionamento sui motori di ricerca

PAROLE CHIAVE	Ricerca e analisi delle parole chiave più rilevanti per il tuo pubblico e la tua attività.
OTTIMIZZAZIONE DEL SITO WEB	Miglioramento del sito web per i motori di ricerca, inclusi contenuti di alta qualità, metadati pertinenti e struttura SEO-friendly.
COSTRUZIONE DI LINK	Acquisizione di link di qualità da altri siti web autorevoli per migliorare la visibilità e la credibilità.





Sfruttare le recensioni online per aumentare la credibilità



Richiedi recensioni

Chiedi ai tuoi clienti di lasciare recensioni positive sul tuo sito web, su Google o su altre piattaforme.



Rispondi alle recensioni

Rispondi a tutte le recensioni, sia positive che negative, in modo professionale e tempestivo.



Promuovi le recensioni

Condividi le recensioni positive sui tuoi canali social media e sul tuo sito web.

Misurare e analizzare le tue performance digitali



Analisi del traffico del sito web
Monitora il numero di visitatori con Google Analytics e Search Control, la durata delle visite e le pagine più visitate.



Analisi dell'engagement sui social media
Valuta la reach, l'engagement e il sentiment dei tuoi post sui social media.

Conclusioni e prossimi passi

La tua presenza online fa parte del tuo PERSONAL BRANDING. E' un investimento continuativo e a 360°. Rimani aggiornato sulle ultime tendenze e tecnologie digitali, adatta la tua strategia in base ai risultati e non smettere mai di migliorare la tua presenza online.

