

Indice

Capitolo 1 – Il web: uno strumento di lavoro per il dentista	1
Capitolo 2 – Fatti trovare dal paziente	7
2.1 Il metodo per creare apostoli	8
2.2 I sette strumenti a disposizione del dentista	12
2.3 Studio Dentistico dr. Bianchi, un brand da far crescere	14
2.4 (Ri)costruisci il sito web: Studio Dentistico dr. Bianchi	16
2.5 Come valuto il webmaster che realizzerà il mio sito web	18
2.6 Gli errori da non fare	20
2.7 Il social media manager, un collaboratore da creare	25
Capitolo 3 – Attira chi cerca informazioni sulla salute	27
3.1 Il contenuto è il re	28
3.2 Il blogging per lo studio dentistico	30
3.3 Che cos'è un blog?	33
3.4 Dentista blogger? Perché no!	35
3.5 Come creare il blog Studio Dentistico TUONOME	36
3.6 Il piano editoriale a uso del dental team	37
3.7 Sei tipi di dental blog di successo	41
3.8 Keyword (parole chiave) a uso del dental team	48
3.9 Otto consigli pratici per un dental blogger	54
3.10 Come promuovere il blog Studio Dentistico TUONOME	56
3.11 Misura i tuoi successi	57
Capitolo 4 – Google al servizio del dental team	59
4.1 Risultati organici vs. risultati a pagamento	61
4.2 Come lavora Google	63
4.3 SEO nella pratica: cosa ti occorre sapere per dialogare con la tua web agency	63

4.4	Contenuti e SEO: ripassiamo quanto appreso	66
4.5	Come creare link al sito Studio Dentistico TUONOME	67
4.6	I social media al servizio della SEO.....	68
4.7	Hai rivendicato la scheda Studio Dentistico TUONOME su Google My Business?.....	69
Capitolo 5 – Coinvolgi i pazienti con Facebook.....		73
5.1	La conversazione a due vie.....	76
5.2	Rischi e opportunità dei social network.....	77
5.3	Anche su Facebook c'è un'etica da rispettare	77
5.4	Studio dr. Bianchi, Facebook vs. blog	78
5.5	Come gestire la pagina Studio Dentistico TUONOME?.....	79
5.6	Fare pubblicità allo studio su Facebook? Vediamo come funziona ...	81
5.7	Gli altri social media	81
5.8	WhatsApp.....	85
Capitolo 6 – Trasforma i visitatori in pazienti.....		87
6.1	Il concetto di conversione.....	87
6.2	La strategia di acquisizione del contatto.....	88
6.3	Gli strumenti a disposizione del dentista	90
6.4	L'email come strumento di dialogo con il paziente	94
Conclusione – Comunicare sul web per farsi scegliere dai pazienti ...		99