

RISORSA GRATUITA · BRANDING & ESTÉTICA

CHECKLIST DEL BRAND PER CLINICHE ESTETICHE

25 domande per guardare la tua clinica come la guarda una paziente prima di prenotare. Spunta ciò che è già a posto. Ciò che resta vuoto ti mostra da dove iniziare.

Come usarla: rispondi con sincerità, meglio se insieme a chi gestisce le richieste. Conta le spunte alla fine di ogni blocco.

1. POSIZIONAMENTO

- ☐ So spiegare in una frase a chi si rivolge la clinica e cosa fa meglio.
- ☐ So quali sono i tre trattamenti che sostengono di più agenda e fatturato.
- ☐ So perché una paziente sceglierebbe la clinica e non la concorrente più vicina, senza parlare di prezzo.
- ☐ I prezzi sono coerenti con l'esperienza che la clinica offre.
- ☐ Il team descrive la clinica nello stesso modo in cui la descriverei io.

SPUNTE IN QUESTO BLOCCO: ___ SU 5

2. IDENTITÀ ED ESPERIENZA

- ☐ Logo, colori e caratteri sono gli stessi su Instagram, sito, insegna e materiali stampati.
- ☐ Accoglienza, divise e ambiente trasmettono la stessa sensazione dei social.
- ☐ Esiste un tono di voce definito: come parla la clinica e come non parla.
- ☐ Le foto della clinica e del team sono nostre, recenti e di buona qualità.
- ☐ Una nuova paziente riconoscerebbe la clinica dallo stile, anche senza vedere il nome.

SPUNTE IN QUESTO BLOCCO: ___ SU 5

3. INSTAGRAM E CONTENUTI

- ☐ La bio dice a chi si rivolge la clinica, dove si trova e come prenotare.
- ☐ Esiste un piano mensile con argomenti definiti prima di girare.
- ☐ I contenuti spiegano indicazioni, cure successive e il nostro metodo, non solo risultati.
- ☐ Prima e dopo e testimonianze compaiono solo con consenso scritto e nel rispetto delle regole.
- ☐ So quali post hanno portato conversazioni il mese scorso, non solo like.

SPUNTE IN QUESTO BLOCCO: ___ SU 5

4. GOOGLE E SITO

- ☐ Il Profilo dell'attività su Google ha telefono, orari, servizi e foto aggiornati.
- ☐ La clinica ha recensioni recenti e risponde a tutte, anche a quelle negative.
- ☐ Chi cerca il nome della clinica su Google trova il sito e il profilo giusti.
- ☐ Il sito si carica velocemente da smartphone e ogni trattamento ha una sua pagina.
- ☐ Da ogni pagina c'è un modo chiaro per contattarci.

SPUNTE IN QUESTO BLOCCO: ___ SU 5

5. RICHIESTE E PRENOTAZIONI

- ☐ Le richieste ricevono risposta in giornata, anche fuori orario.
- ☐ Il team ha risposte pronte per le domande più comuni: prezzo, indicazione, controindicazioni e disponibilità.
- ☐ So da dove arrivano le richieste: Instagram, Google, passaparola o pubblicità.
- ☐ So quante richieste diventano appuntamenti ogni mese.
- ☐ Le pazienti che non hanno prenotato ricevono un ricontatto concordato, senza insistere.

SPUNTE IN QUESTO BLOCCO: ___ SU 5

COME LEGGERE IL RISULTATO

Da 20 a 25 spunte	La base è in ordine. Il passo successivo è misurare meglio e scegliere dove investire per crescere.
Da 12 a 19 spunte	La clinica funziona, ma alcune parti del brand non dialogano tra loro. Parti dal blocco con meno spunte.
11 spunte o meno	Prima di investire di più in pubblicità o contenuti, metti ordine in posizionamento e gestione delle richieste. È lì che di solito si perdono soldi.

VUOI AIUTO PER DECIDERE IL PROSSIMO PASSO?

L'Analisi del brand di Branding & Estética esamina questi cinque blocchi nella tua clinica e si chiude con un documento con le priorità. Si può richiedere da sola.

brandingestetica.com/it/analisi-del-brand