

O que vimos, e por onde começávamos.

Antes da conversa olhámos para o teu perfil no Google, o site e as redes. Isto é o que ficou combinado, pela ordem em que faz sentido tratar.

EMPRESA
Fisioterapia Exemplo

CONVERSA
30 minutos, por videochamada

RESPONSÁVEL NA TMI
Miguel Pudivitr

01

O que hoje não fica claro

- No Google chamas-te «Fisioterapia Exemplo, Lda.» e no Instagram «@fisio.ex». Quem te procura não percebe à primeira que é a mesma clínica.
- O topo do site fala em «saúde e bem-estar». Não diz o que tratas nem para quem.
- Só se marca por telefone, e o telefone atende até às 18h. Quem trabalha até essa hora fica de fora.

02

O que arrumaríamos primeiro

- 1 **O perfil no Google.** Horário certo, as especialidades escritas e fotografias reais da clínica. É o primeiro sítio onde um paciente novo olha.
- 2 **O topo do site.** Uma frase que diga o que tratas e um botão para marcar.
- 3 **O mesmo nome e a mesma fotografia** no Google, no site e nas redes.

03

O que dá para automatizar

- **A confirmação das consultas.** Hoje a receção liga a cada paciente na véspera. Uma mensagem automática, com resposta para confirmar ou remarcar, tira-lhe essa tarefa.
- **O convite a avaliar.** Enviado da mesma forma a todos os pacientes no fim do tratamento, sem escolher a dedo.

04

O que deixávamos como está

- As publicações com a equipa. São as que têm mais resposta e mostram quem recebe o paciente. Continua.

E agora?

Se quiseses avançar connosco, começávamos pelos pontos 1 e 2 do bloco 02 e mandávamos-te o orçamento por escrito antes de qualquer trabalho. Se preferires tratar disto sozinho, a ordem é a mesma. Este resumo é teu nos dois casos.