

Studio di Fisioterapia della doc Valentina Erta

Isola delle Femmine (PA)

Target:

donne (27-40 anni) in stato di gravidanza o che hanno avuto una gravidanza, che ora soffrono di diastasi o debolezza del pavimento pelvico;

uomini (30-50) che lavorano seduti tutto il giorno, hanno posture scorrette e provano dolore continuo alla schiena.

uomini o donne che hanno subito operazioni per problemi articolari, o a causa di incidenti, e che ora devono fare riabilitazione per riprendere la completa mobilità.

sportivi che hanno avuto lesioni o infortuni, che devono riabilitarsi velocemente per tornare all'attività sportiva.

Analisi del pubblico e definizione del main topics

Settore: Benessere

Main Topics	Sub Topics	Pain Points
Dolore e Riabilitazione	Mal di schiena e postura	Dolore cronico, difficoltà nei movimenti quotidiani, paura che il problema peggiori.
	Dolore cervicale e mal di testa	Sensazione di tensione costante, difficoltà a lavorare o dormire, confusione su quale specialista consultare.
	Riabilitazione post-infortunio	Paura di non recuperare la mobilità, timore di non poter tornare alle attività sportive o lavorative.
Salute del Pavimento Pelvico	Incontinenza e disfunzioni post-parto	Imbarazzo nel parlarne, sensazione di perdita di controllo, paura che sia una condizione permanente.
	Dolore pelvico cronico	Frustrazione per le diagnosi inconcludenti, difficoltà nei rapporti intimi, isolamento sociale.
	Esercizi per il rafforzamento del	Dubbi su come eseguire correttamente gli esercizi, paura di peggiorare la situazione.

	pavimento pelvico	
Terapie e Trattamenti	Laserterapia e Tecarterapia	Scetticismo sull'efficacia, timore di costi elevati, paura di effetti collaterali.
	Manipolazioni vertebrali	Paura che il trattamento possa causare dolore o peggiorare la situazione.
	Esercizio terapeutico e ginnastica posturale	Difficoltà nel mantenere la costanza, dubbio sull'efficacia, timore di non eseguire correttamente gli esercizi.
Prevenzione e Benessere	Gestione dello stress e dolori muscolari	Sensazione di tensione costante, difficoltà a rilassarsi, poca consapevolezza del legame tra stress e dolore fisico.
	Alimentazione e idratazione per il recupero	Difficoltà a seguire buone abitudini, scarsa conoscenza l'importanza dell'idratazione per muscoli e articolazioni.
	Movimento e postura quotidiana	Lavoro sedentario, poca consapevolezza dell'impatto della postura sulla salute, difficoltà nel cambiare le abitudini.

1. Awareness

Obiettivo: Far conoscere i servizi offerti, educando il pubblico sui temi rilevanti.

Video educational & Social content

- Reel e post su Facebook/Instagram su dolori comuni (mal di schiena, cervicalgia, dolore alla spalla).
- Post su esercizi di prevenzione per migliorare la postura.
- Video su tecniche di rilassamento e idratazione per ridurre il dolore.
- Infografiche sui benefici della ginnastica posturale.
- Stories con quiz/interazioni per coinvolgere il pubblico.

Canale: Social Meta (Instagram e Facebook).

2. Consideration

Obiettivo: Aumentare la fiducia del pubblico attraverso prove sociali e approfondimenti.

Recensioni e Case Study

- Testimonianze di pazienti che hanno risolto problemi grazie ai trattamenti del professionista.
- Articoli sul blog con storie di successo nel recupero post-operatorio o riabilitativo.
- Video interviste ai pazienti con prima/dopo il trattamento.
- Post “Domande e Risposte” sulla fisioterapia per sciogliere i dubbi più comuni.

Canali: Blog del sito, Social Meta (Instagram e Facebook).

3. Conversion

Obiettivo: Incentivare la prenotazione di una visita.

Landing Page e Offerte Speciali

- Pagina ottimizzata per la prenotazione della prima visita con un lead magnet (es. check gratuito della postura - sconto prima visita).
- Meta Ads con offerte speciali su pacchetti di trattamenti (es. Tecarterapia, ginnastica posturale).
- Annunci a risposta diretta per spingere le persone a prenotare.
- Retargeting su chi ha interagito con i contenuti educativi, mostrando casi di successo e l'importanza di agire subito.

Canali: Meta Ads (Facebook e Instagram Ads), Sito Web - Landing Page ottimizzate.

4. Loyalty

Obiettivo: Creare una community di pazienti fidelizzati.

Community & Supporto Post-Trattamento

- Gruppo Telegram riservato ai pazienti per aggiornamenti, consigli e interazione diretta con la dottoressa.
- Live Q&A su Instagram per rispondere ai dubbi della community.
- Contenuti esclusivi per chi ha già effettuato trattamenti, con esercizi da fare a casa.
- Reminder personalizzati per incentivare la continuità dei trattamenti.

Canale: Meta, Telegram.

5. Advocacy

Obiettivo: Trasformare i pazienti in ambasciatori del brand.

User Generated Content (UGC)

- Condivisione di testimonianze video e foto dei pazienti soddisfatti.
- Challenge su Instagram con gli esercizi preferiti della fisioterapia.
- Giveaway per incentivare il passaparola tra i pazienti.
- Post “tagga un amico che ne ha bisogno” per stimolare il referral marketing.

Canale: Social Meta (Instagram e Facebook).

Piano di Retargeting

Obiettivo: Raggiungere chi ha interagito con i contenuti ma non ha ancora prenotato.

Pubblico	Strategia di Retargeting	Canali
Persone che hanno guardato il 50%+ di un video educational	Annunci con case study e recensioni per aumentare la fiducia	Facebook Ads, Instagram Ads
Visitatori del sito che non hanno prenotato	Campagna con offerta limitata per spingere all'azione	Facebook Ads, Google Ads
Chi ha interagito con post su dolore lombare o cervicale	Annunci personalizzati su trattamenti specifici	Meta Ads
Ex-pazienti che hanno finito un ciclo di trattamenti	Email e messaggi con nuovi servizi e consigli per la prevenzione	Email Marketing, whatsapp

ESERCITAZIONE 6

1. Definizione del Brand e Settore di Riferimento

Brand: Valentina Erta

Valentina Erta è una fisioterapista specializzata nella riabilitazione muscolo-scheletrica e nel trattamento del dolore attraverso un approccio personalizzato.

Il suo metodo integra **terapia manuale, esercizio terapeutico e tecnologie avanzate** come la **tecarterapia, laserterapia e fisiopalestra**, ma anche strumenti con il Bobo Pro che utilizza la gamification per garantire risultati misurabili senza frustrazioni durante le sessioni di esercizi.

Il punto di forza del brand è **la centralità del paziente**, con percorsi studiati sulla base delle esigenze individuali, evitando soluzioni standardizzate e promuovendo un approccio **bio-psico-sociale** alla cura del dolore, che tiene conto non solo del problema specifico ma anche della vita e della quotidianità del paziente.

Settore di riferimento

Fisioterapia e riabilitazione a Isola delle Femmine e aree limitrofe.

Fisioterapia posturale, riabilitazione post-infortunio e post-chirurgica, terapia del dolore, ginnastica posturale, tecnologie avanzate per la riabilitazione (es. fisiopalestra, laserterapia, tecarterapia), esercizio terapeutico personalizzato

2. Identificazione del Pubblico Target

Chi è il pubblico di riferimento?

I clienti di Valentina Erta sono persone che soffrono di dolori cronici, infortuni o problemi posturali, spesso legati a uno stile di vita sedentario o a lavori che impongono posizioni scorrette. Sono alla ricerca di **soluzioni efficaci, personalizzate e misurabili**, con un forte interesse nel recuperare la propria autonomia e qualità della vita.

Interessi del target

- Benessere e cura della salute

- Prevenzione e gestione del dolore
- Attività fisica dolce e consapevole (pilates, ginnastica posturale)
- Tecnologie innovative applicate alla salute
- Approcci terapeutici alternativi alla chirurgia o ai farmaci

Quali problemi vogliono risolvere?

- **Dolore cronico e limitazioni nei movimenti** (es. mal di schiena, cervicalgia, tendiniti)
- **Recupero da infortuni o interventi chirurgici**
- **Difficoltà motorie e rigidità articolare**
- **Problemi posturali legati al lavoro sedentario**
- **Risoluzione di sintomi che compromettono il quotidiano** (es. mal di testa da cervicale, fascite plantare, tendinopatie, ..., diastasi addominale)

Dove consumano contenuti?

- **Facebook e Instagram** (per informarsi su trattamenti, testimonianze e consigli)
- **YouTube e Reels/Shorts** (per video educativi su esercizi e tecniche di riabilitazione)
- **Blog e Google Search** (ricerca di soluzioni specifiche per i loro problemi)
- **Telegram e WhatsApp**

3. Analisi dei Competitor

Quali tipologie di contenuti utilizzano?

- **Post educativi e video tutorial** (es. "Esercizi per alleviare il mal di schiena in 5 minuti")
- **Testimonianze e prima/dopo** (per creare fiducia)
- **Campagne pubblicitarie su Meta Ads** (per acquisizione clienti con offerte su prima visita)

Strategie SEO e Social Media

SEO

- Creazione di articoli basati sulle ricerche frequenti su Google ("Come curare la cervicalgia", "Migliori esercizi per la lombalgia")

- Ottimizzazione delle pagine con parole chiave geolocalizzate (“Fisioterapia a Isola delle Femmine”)
- Link building con siti di settore

Social Media

- Video in formato **Reel e Shorts** per massimizzare la visibilità
- **Quiz e sondaggi interattivi** per coinvolgere il pubblico
- **Campagne di retargeting** su chi ha interagito con i contenuti ma non ha prenotato
- **Collaborazioni con altre figure sanitarie** per aumentare l'autorevolezza

Dove Valentina Erta può differenziarsi?

- **Posizionamento come esperta di fisioterapia tecnologica e personalizzata**, grazie all'utilizzo di macchinari avanzati (fisiopalestra, Cryosound, laser-K, Bobo Pro).
- **Approccio scientifico e basato su dati misurabili**, differenziandosi da metodi più generici.
- **Storytelling coinvolgente sulle storie dei pazienti**, creando una connessione emotiva con il pubblico.
- **Focus sulla prevenzione e mantenimento del benessere**, oltre alla risoluzione del problema immediato.

Creazione Content Strategy Ottimizzata

MAIN TOPIC

Dolore Cronico

Focus: Creare Interest per le persone che si sono affacciate al brand e lo seguono

SUBTOPICS

Mal di schiena e postura

Dolore cervicale e mal di testa

Il nervo vago

Ricerca Parole Chiave

Awareness (Consapevolezza del dolore e ricerca soluzione)

Obiettivo: intercettare persone che cercano informazioni sui propri sintomi.

Parole chiave principali:

- mal di schiena cause
- dolore cervicale persistente
- mal di testa da cervicale
- nervo vago sintomi
- dolore cronico muscolare
- sintomi dolore viscerale

Parole chiave LSI:

- postura scorretta
- tensione muscolare
- rigidità del collo
- infiammazione cronica
- cefalea tensiva

Consideration (Valutazione)

Obiettivo: informare e accompagnare chi sta valutando un percorso terapeutico.

Parole chiave principali:

- fisioterapia per mal di schiena
- esercizi per cervicale
- trattamento dolore cronico
- esercizio terapeutico mal di schiena
- nervo vago e ansia

Parole chiave LSI:

- esercizi posturali
- tecar terapia
- fisioterapia tecnologica
- stretching cervicale
- trattamento individuale

Conversion (Contatto o Prenotazione)

Obiettivo: stimolare la conversione del visitatore in paziente - geolocalizzato.

Parole chiave principali:

- fisioterapista Isola delle Femmine
- studio fisioterapia Isola delle Femmine
- visita fisioterapica personalizzata
- trattamento dolore cervicale Isola delle femmine

Parole chiave LSI:

- prenota fisioterapia
- dolore cronico cura
- visita fisioterapica
- approccio personalizzato

Struttura Articolo SEO

Dolore Cronico: tutto ciò che devi sapere (e come affrontarlo)

Il dolore cronico non è solo fisico: scopri le cause più comuni, perché non va ignorato e in che modo può essere affrontato con un approccio fisioterapico completo.

H2: Dolore Cronico Cervicale? Mal di testa che non passa neanche con gli antidolorifici?

Il dolore cronico è una condizione che dura da più di tre mesi e spesso persiste anche dopo che la causa iniziale è stata trattata. Non è solo un sintomo, ma una vera e propria problematica che può influire sulla qualità della vita, sull'umore, sulla psiche, sul sonno e persino sulle relazioni sociali.

Molti pazienti convivono con il dolore senza trovare una soluzione, passando da una terapia all'altra senza risultati duraturi. Ma il dolore cronico ha spesso origini multifattoriali, e per questo va affrontato con un approccio globale e non specifico sul sintomo.

H2: Da dove arriva il tuo dolore cronico?

H3: Possono esserci cause fisiche e muscolo-scheletriche

Posture scorrette, traumi, movimenti ripetuti, compensi muscolari e debolezza di alcune aree del corpo possono generare infiammazioni persistenti che alimentano il dolore.

H3: Lo stress e le emozioni giocano un ruolo fondamentale nel dolore fisico.

Il nostro cervello gioca un ruolo importante nella percezione del dolore. Stress cronico, ansia, frustrazione e stanchezza psico-fisica possono aumentare la sensibilità al dolore e prolungare la durata.

H3: Perché il dolore non passa da solo

Nel dolore cronico, il sistema nervoso diventa ipersensibile. Anche piccoli stimoli innocui possono essere percepiti come dolorosi. Per questo è fondamentale intervenire prima che il problema diventi radicato.

H2: L'approccio della fisioterapia al dolore cronico

La fisioterapia moderna non si limita a “curare” il sintomo, ma lavora sulle cause, sui meccanismi di mantenimento e sulla prevenzione.

H3: Valutazione individuale

Ogni caso è unico. Una valutazione iniziale personalizzata permette di comprendere le origini del dolore, valutare la postura, i movimenti, le abitudini quotidiane e lo stato emotivo.

H3: Terapie combinate per il dolore

Spesso si integra la terapia fisica (tecarterapia, laser, crioultrasuono), la terapia manuale, tecniche miofasciali e l'esercizio terapeutico specifico per rafforzare le aree deboli e creare un nuovo equilibrio.

H3: Educazione e nuova consapevolezza

Spiegare al paziente cos'è il dolore cronico, perché si manifesta e come affrontarlo è parte integrante del trattamento. Capire il problema è il primo passo per superarlo.

H2: Quando il dolore è cronico, agire è fondamentale

Spesso chi soffre di dolore cronico tende ad adattarsi, a posticipare, ad abituarsi a stare male e aspettare che "passi". Ma nel dolore cronico, il tempo è un fattore chiave: prima si interviene, migliori saranno i risultati.

Se vivi a Isola delle Femmine o nei dintorni, puoi prenotare una valutazione presso il mio studio di fisioterapia a Isola delle Femmine, insieme lavoreremo per ritrovare fiducia nel tuo corpo e nei tuoi movimenti.

Piano editoriale

2 post a settimana: (es. martedì e venerdì)

1 post o reel educativo

1 contenuto di approfondimento, testimonianza o invito all'azione

Sito Blog + Meta

1. Educazione e Consapevolezza (Awareness)

Obiettivo: far conoscere cause e segnali dei problemi, far sentire il pubblico compreso.

Tipologie di contenuto:

- Reel esplicativi (es: "Cosa vuol dire dolore cronico?")

- Carousel “Lo sai che...?” (curiosità scientifiche, miti da sfatare)
- Mini guide: esercizi semplici, consigli posturali
- Video esercizi per casa (semplici, replicabili)

Frequenza: 1 volta a settimana

2. Fiducia e Valore del Metodo (Consideration)

Obiettivo: aumentare la percezione di professionalità e competenza.

Tipologie di contenuto:

- Testimonianze pazienti
- Behind the scenes (attrezzature, metodi usati, tecnologie)
- Post lunghi in stile blog (es: "Perché una visita personalizzata è fondamentale")
- Reel in prima persona (Valentina parla direttamente al pubblico)

Frequenza: 1 volta ogni 2 settimane

3. Conversione e Azione (Conversion)

Obiettivo: spingere a prenotare o contattare.

Tipologie di contenuto:

- Inviti alla valutazione fisioterapica
- Reminder stagionali (es: “Dopo le vacanze il mal di schiena aumenta, agisci ora”)
- Call to Action chiari con benefici (“Inizia ora per non convivere col dolore”)

Frequenza: 2 al mese, a rotazione

4. Umanità ed Empatia (Community)

Obiettivo: creare un legame più profondo con i pazienti.

Tipologie di contenuto:

- Condivisioni personali/professionali di Valentina (formazione, eventi)
- Giornate speciali e ricorrenze
- Domande alla community / box interattivi

- Consigli motivazionali / benessere psicofisico

Frequenza: 1-2 volte al mese

5. SEO & Blog (Visibilità Google + Interest e branding)

Obiettivo: generare traffico organico e autorevolezza sul sito.

Tipologie di articoli:

- Guide ai sintomi ("Dolore cervicale: cause e trattamenti")
- Approfondimenti su tecniche ("Cos'è la laserterapia e quando è utile?")
- Risposte alle domande frequenti ("Quante sedute servono per...?")

Frequenza: 1 articolo a settimana (può essere condiviso o riadattato per un post social)