

Types de matériel de marketing dont votre cabinet aura besoin en 2023



Zoey Duncan

Zoey Duncan est stratège de contenu chez Marketing4ECPs, où elle crée du contenu personnalisé imprégné de la touche particulière de chaque client. Zoey écrit et révisé depuis plus d'une décennie en tant que journaliste, auteure et prête-plume. Lorsqu'elle n'est pas à son clavier, vous la trouverez sûrement en train de coudre ses propres vêtements ou de jouer dehors avec sa fille. Pour en savoir plus sur Zoey et sur son entreprise Marketing4ECPs, rendez-vous sur www.marketing4ecps.com.

Une bonne combinaison de matériel de marketing pour votre cabinet dépend de votre clientèle ainsi que de vos objectifs de croissance. Votre plan de marketing pour 2023 peut (et devrait) inclure une combinaison de différents types de documents pour vous aider à atteindre vos objectifs à court et à long terme.

LA VASTE GAMME DE DOCUMENTS DE MARKETING À PRENDRE EN COMPTE

Le terme « matériel de marketing » désigne les documents numériques et imprimés utilisés pour communiquer avec votre clientèle actuelle et potentielle. Nous allons nous concentrer ici sur ceux qui peuvent vraiment changer la donne pour votre cabinet au cours de l'année à venir.

Bulletins d'information par courriel

Le marketing par courriel a un potentiel formidable, avec un rendement moyen du capital investi de 36 dollars pour chaque dollar dépensé (site en anglais). Cependant, vos patientes et vos patients sont des personnes occupées; vous devrez donc envoyer des courriels très intéressants qui leur présentent une solution à leur problème.

Un bulletin d'information électronique efficace doit être magnifiquement conçu, enjolivé d'images représentant votre marque et du texte concis et utile.

Documentation complémentaire en clinique

Une affiche ou un document informatif et bien conçu peut éduquer votre clientèle sur des sujets nouveaux pour elle, comme les symptômes de la sécheresse oculaire ou la prise en charge de la myopie. Comme vous le savez, personne n'investira pas dans un traitement dont l'existence lui est inconnue; des documents portant votre marque remédieront à ce problème.

Un site Web accrocheur et adaptable

De nos jours, votre site Web est l'un des éléments les plus importants de votre stratégie de marketing, car c'est vers lui que tous vos autres efforts de marketing dirigeront les gens. Il doit être attrayant, fonctionner de manière optimale sur les téléphones de vos patientes et de vos patients, et faciliter la prise de rendez-vous.

Billets de blogue

Les billets de blogue mensuels (site en anglais) établissent votre autorité en tant que professionnelle ou professionnel des soins oculovisuels, tant auprès de votre clientèle que de Google. Il s'agit d'un élément clé de l'optimisation pour les moteurs de recherche, également connue sous le nom de référencement naturel.

Lorsque vous écrivez des billets de blogue sur des sujets liés aux soins oculovisuels que les gens recherchent, Google classe votre site Web plus haut dans la liste de résultats. Il est ainsi plus facile de vous trouver en ligne.

Infographies

Parfois, la meilleure façon de synthétiser de l'information complexe est de le faire visuellement. Vous pouvez utiliser une infographie pour expliquer des sujets comme le dysfonctionnement des glandes de Meibomius ou la défocalisation périphérique de manière claire et facile à mémoriser.

Les infographies peuvent faire partie de la documentation en clinique, des courriels, des médias sociaux et des billets de blogue. Elles constituent un moyen éprouvé de vous démarquer dans le déluge d'information qui se trouve en ligne.

Contenu vidéo

Grâce aux téléphones intelligents, le contenu vidéo de qualité est de plus en plus accessible, même sans un gros budget. Utilisez des clips vidéo sur vos plateformes de médias sociaux et dans vos courriels pour éduquer les patientes et les patients et leur inspirer confiance.

Les meilleures vidéos de format court sont irrésistiblement partageables sur des plateformes comme Instagram et TikTok, combinant humour et information sur les soins ophtalmiques. Jetez un œil à @Dr.ChinnChinn sur Instagram et @harbirsian.od sur TikTok pour vous inspirer (et rire un peu).

Cartes postales par publipostage

Le matériel marketing traditionnel est toujours un moyen efficace d'envoyer un rappel à vos patientes et à vos patients et d'en atteindre de nouveaux. Les meilleures cartes postales sont esthétiques et incluent un appel à l'action clair, tel que « Consultez notre site Web pour réserver l'examen ophtalmique de rentrée scolaire de vos enfants ».

DÉTERMINER OÙ CONCENTRER VOS EFFORTS DE MARKETING

En 2023, un site Web moderne est un incontournable. Commencez par là, puis étendez vos efforts à d'autres supports.

Décidez où consacrer le reste de vos efforts en tenant compte de vos objectifs commerciaux et des besoins de vos patientes et de vos patients. Par exemple :

- Si vos objectifs incluent le développement de vos activités de traitement de la sécheresse oculaire, envisagez des documents complémentaires offerts en clinique et fournissant des explications sur la sécheresse oculaire ainsi qu'une série de billets de blogue.
- Si vos patientes idéales sont des mamans occupées qui privilégient l'efficacité, essayez un bulletin d'information électronique concis qui aborde les examens ophtalmiques de la rentrée scolaire un mois et éduque sur la prise en charge de la myopie le mois suivant.
- Si beaucoup de personnel de bureau fréquente votre cabinet, vous pourriez combiner des documents sur les symptômes de la fatigue oculaire numérique et des conseils à propos de celle-ci avec du contenu vidéo pour Instagram et une page sur la sécheresse oculaire sur votre site Web.

COMMENT FAIRE POUR QUE CELA SE CONCRÉTISE?

Vos compétences et celles de votre personnel peuvent vous aider à déterminer la part de votre marketing à réaliser à l'interne et celle qui mérite d'être confiée à des professionnels. ●

Des experts en marketing des soins ophtalmiques (site en anglais) peuvent vous aider à atteindre vos objectifs plus rapidement que par vos propres moyens. Les meilleurs cabinets de marketing s'appuieront sur vos points forts tout en prenant en charge les parties qui ne relèvent pas de votre expertise.

Faites de 2023 l'année où vous toucherez davantage de nouvelles patientes et de nouveaux patients par des moyens plus novateurs. ●