

Publicizzarsi

chi

tutti hanno necessità di far conoscere la propria attività

nello spazio e nel tempo

come

nelle professioni mediche non si può fare una pubblicità troppo spinta

bisogna studiare metodi di pubblicizzazione (rendere pubblico) non invasivi e se possibile targhettizzati

La sfida per la pubblicità è lavorare con misura.

non deludere il paziente

tre cose fondamentali che i consumatori si aspettano dalla nostra pubblicità:

quando

molto agli inizi

continuamente

dove

customer care

acquisizione

mantenimento

2

non è considerato eticamente corretto

la salute appartiene ai bisogni primari

pazienti interessati alle nostre terapie

E quando si lavora per un prodotto nuovo o a rischio alto, o per una nuova marca, informare è più importante che sedurre. Ci sono diversi tipi di rischio ...

meglio stupire che deludere: no alle asserzioni tipo "curo tutto, anche l'unghia incarnita" perchè genera un'aspettativa che può essere facilmente delusa

informazione

divertimento e

fiducia.

paura del crack

medici generici e

medici di settore

diffidenza

la gente non ama che si speculi sulla sua salute

perchè

