

LINEE GUIDA FNOVI SULLA PUBBLICITA' SANITARIA



Torino, 15-17 novembre 2019

CONSIGLIO
NAZIONALE
FNOVI



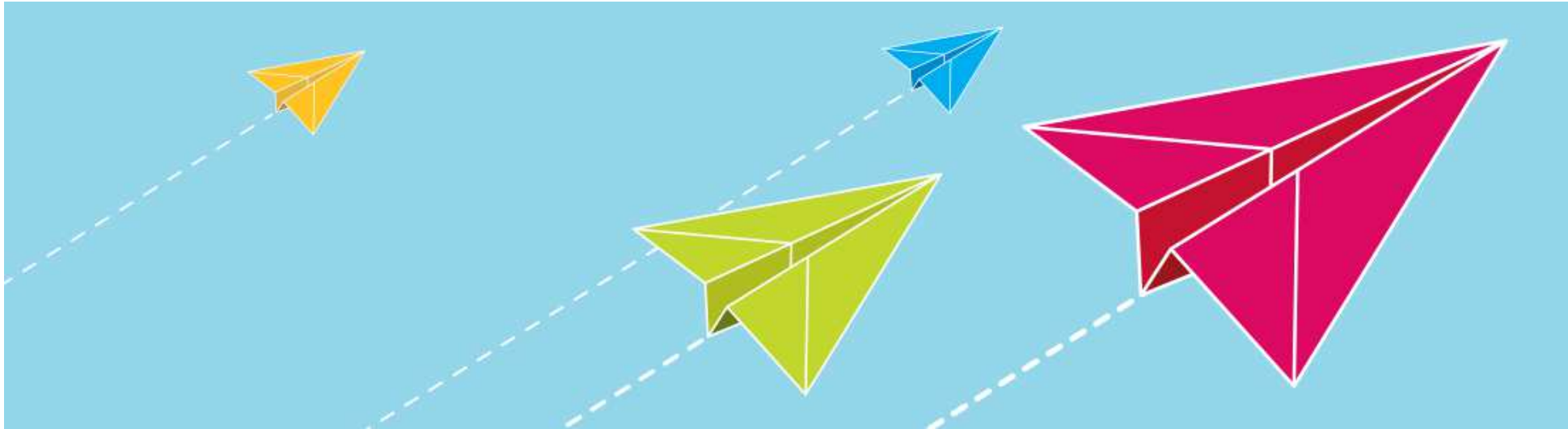
LA MAREA DELLA LIBERALIZZAZIONE ED IL RITORNO ALLA REGOLAMENTAZIONE



D.Lgs. 206/2005 e D. Lgs. 145/2007

Legge Bersani, D.P.R. 137/2012 e Legge 145/2018 art.
1 comma 525 e 536

LA «COMPETENZA CONCORRENTE» CON GLI ORDINI



L'evoluzione della comunicazione e l'entrata del capitale nella professione



PUBLIPILLS – GLI STRUMENTI

1. PUBBLICITA' PERSUASIVA
2. DIRECT MARKETING
3. REMARKETING
4. WEB MARKETING



PUBBLICITA' PERSUASIVA

Si promette al Prospect (cliente) un vantaggio esclusivo, cercando di convincerlo a fare quella scelta (UPS)



DIRECT MARKETING

Si cerca di farsi conoscere dai clienti



WEBMARKETING

Creare profili social, cercare feedback +



REMARKETING

Cercare clienti disposti a spendere anche per prodotti complementari ed accessori con il fine di aumentare le vendite (cross-selling)



PUBBLICITA' INFORMATIVA O COMUNICAZIONE INFORMATIVA?

**Le comunicazioni non devono avere carattere promozionale o suggestivo,
devono essere veritiere,
non ingannevoli e non denigratorie**



PRINCIPI

- **Principi di trasparenza e veridicità**
- **Scelta libera e consapevole dell'utente**

FACCIAMO CHIAREZZA!

Comunicazione Sanitaria e Nuova Legge di Bilancio



QUALI STRUMENTI POSSO UTILIZZARE?

- Sito Web
- Facebook
- Instagram
- Google AdWords
- Logo
- Linea Coordinata
- Grafiche Varie



COSA POSSO COMUNICARE?

- Chi sono
- Servizi e tecnologie
- Staff, percorso di studi ed eccellenze
- Testimonianze
- Prezzi chiari e non fuorvianti
- Aspetti clinici informativi
- Prevenzione
- Aspetti tecnici dei vari trattamenti
- Nuovi metodi di cura



COSA NON POSSO FARE?

- Confronto prezzi
- ‘Sono meglio di...’
- ‘Siamo gli unici che...’
- ‘A partire da...’
- ‘Creativo’
- Citare nomi di aziende
- Citare nomi di aziende fornitrici
- Prezzi ‘a partire da...’



CONTENUTO MINIMO DEL MESSAGGIO

- **Dati Medico Veterinario o struttura**
- **Titoli e specializzazioni professionali**
- **Caratteristiche del servizio offerto**
- **Condizioni economiche delle prestazioni**
 - **Descrizione della struttura**



OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE

Comunicazione costruita su informazioni vere e comprensibili, finalizzata a permettere al potenziale cliente una comprensione integrale e non lacunosa del trattamento proposto

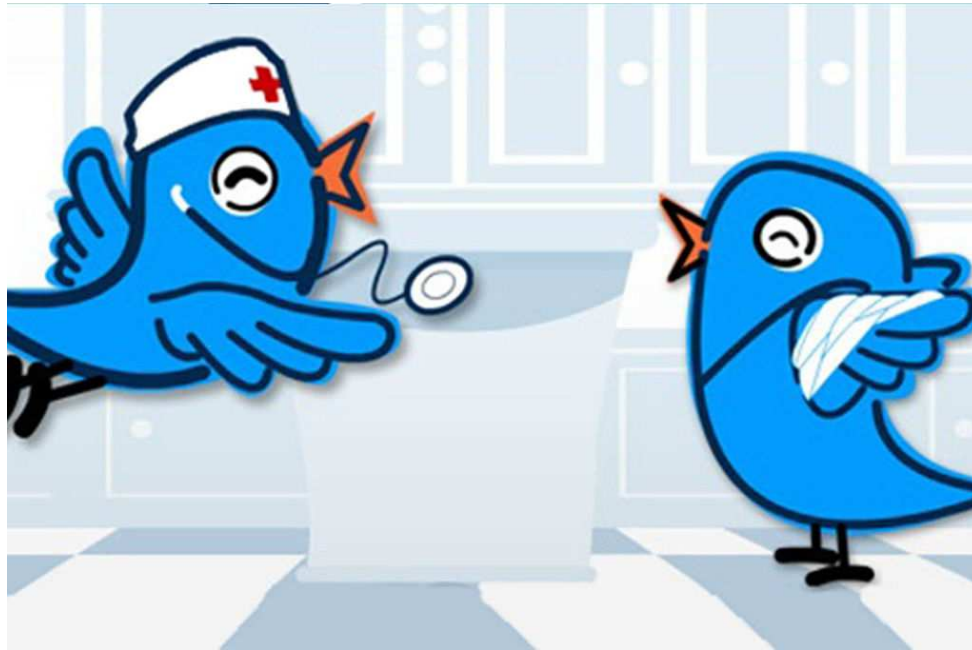


OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE

Comunicazione generica e lacunosa (al fine di evitare la descrizione di alcune fasi dell'esecuzione della prestazione) oppure una descrizione eccessivamente tecnica (CD consenso informato)



INFORMAZIONI CHIARE



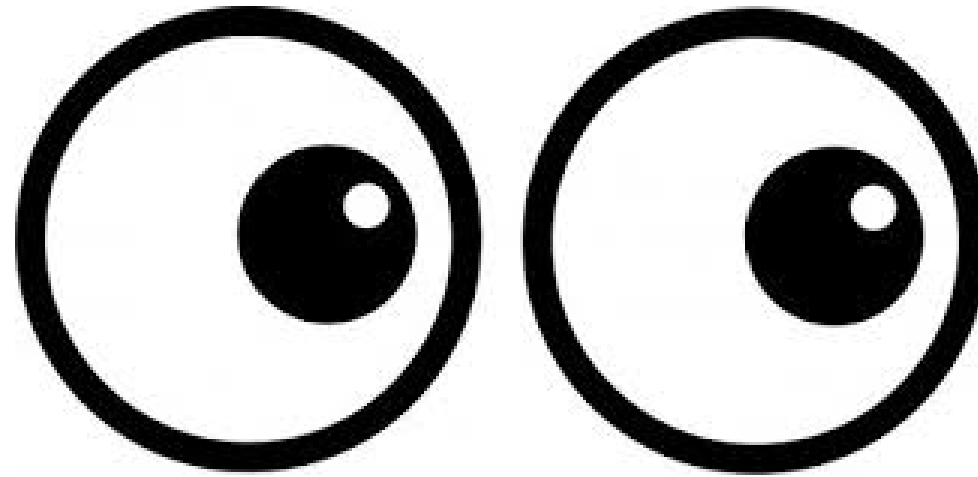
CONTENUTO

Impedire comunicazione non veritiera e scientificamente scorretta; non promettere risultati che non possono essere raggiunti



CONTENUTO

**Attenta valutazione di messaggi come:
«prima e dopo» o «senza dolore»
Generano aspettative di risultato?
Sono caute da un punto di vista scientifico?
Non sono suggestive?**



ASPETTO VISIVO

Il messaggio e/o le immagini devono far comprendere all'utente con immediatezza il contenuto della prestazione sanitaria senza richiamo al MKT



1. PREZZO

Evitare che il prezzo rappresenti l'elemento cardine ed il traino della comunicazione informativa

Decisione CCEPS n° 30/2015

«... è consentito diffondere messaggi informativi contenenti le tariffe delle prestazioni erogate, fermo restando che le caratteristiche economiche di una prestazione non devono costituire l'aspetto esclusivo del messaggio informativo»



PREZZO



CLINICA VETERINARIA PAPEROPOLI

«OPERAZIONE PREZZI CHIARI E TRASPARENTI»

“I nostri prezzi sono in chiaro

Confronta i nostri prezzi con il tariffario della FNOVI”



Campagne promozionali che possono indicare prezzi irrisori omettendo una parte delle spese



CLINICA VETERINARIA PAPEROPOLI

«MESE DELLA STERILIZZAZIONE DEL CANE»

Sterilizzazione chirurgica a soli X euro*



* Non sono compresi i costi di anestesia e esami preoperatori



Indicazione del prezzo volutamente ambigua senza ulteriori indicazioni che permettano una facile determinazione dei costi complessivi

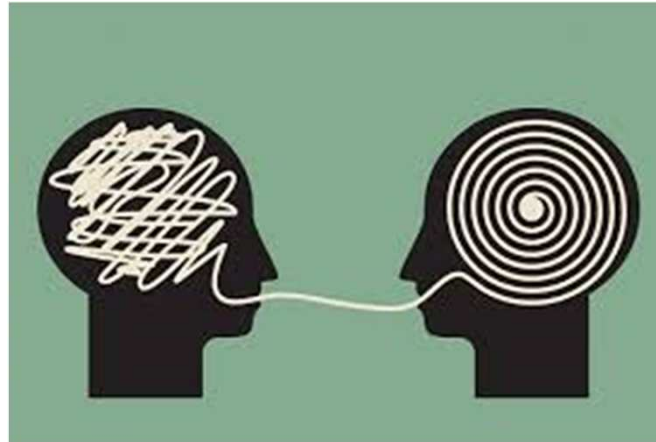
CLINICA VETERINARIA PAPEROPOLI



Vaccino del gatto a partire da x euro

Sterilizzazione chirurgica fino a X euro*

* In funzione della taglia del cane



2. PREZZO

Evitare che la comunicazione possa generare equivoci tra il prezzo indicato ed il relativo trattamento proposto

Prezzo con riferimento a prestazioni solo genericamente descritte

«CHECK UP SALUTE A SOLI X EURO»



3. PREZZO

Evitare che la scontistica sia condizionata a determinate condotte del cliente

**Evitare promozioni atte a fidelizzare il cliente sollecitandolo a spinte consumistiche che non hanno nessuna logica di prevenzione
«ALL YOU CAN», «TUTTE LE VISITE TUTTI I GIORNI»**



3. PREZZO

Evitare che la scontistica sia condizionata a determinate condotte del cliente

«Promozione valida per x visite prenotate»

«Offerta valida in abbinamento alla adesione alla campagna antifilariosi»

«Se porti un amico o un parente»

3. PREZZO

Evitare che la scontistica sia condizionata a determinate condotte del cliente



**Martedì e Giovedì
per i proprietari over 65 !!!**



GRATIS

Promozione



Spesso si sottovaluta l'importanza della prevenzione, ma basta un poco di attenzione per evitare problemi seri ai nostri amici. **Fino al 31/08/2019 al costo di una visita avrai in OMAGGIO la vaccinazione!** La promozione è valida solo sulle vaccinazioni base (Parvovirosi, Trivalente cane/gatto, Leptospirosi, Polivalente cane).

SCONTO

Evitare che la scontistica sia condizionata a determinate condotte del cliente



«Offerta valida per i primi 30»

«Promozione valida dal 1 Gennaio al 31 Gennaio»





TESTIMONIANZE E TESTIMONIAL

COSA DICONO I NOSTRI CLIENTI



DOs



DON'Ts

PUBBLICITA' COMPARATIVA





PUBBLICITA' COMPARATIVA



1 = **1,5**

73ml = 66ml + 33ml

Dash PRINCIPALE CONCORRENTE

Un misurino di Dash (73ml) smacchia come un misurino e mezzo (99ml) del principale concorrente. Testato su cotone a 40°C e acqua di media durezza.

PUBBLICITA' COMPARATIVA



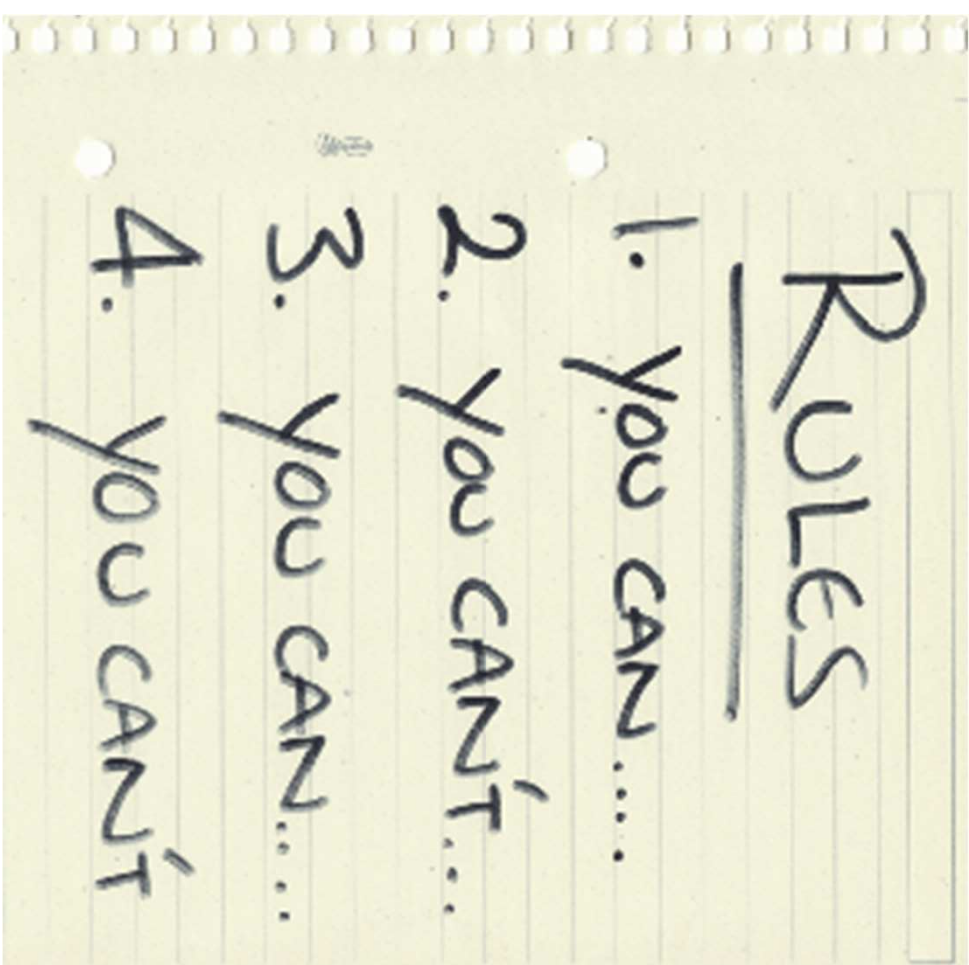
Potrai curare il tuo gatto e il tuo cane in
maniera tempestiva ed efficace e contando
sull'apporto dei medici della clinica
veterinaria migliore della provincia di [REDACTED]

LE «ECCELLENZE» ED I «LUMINARI»





Programma con inserimento di messaggi con finalità commerciali





CONSIGLIO NAZIONALE FNOVI

GRAZIE PER L'ATTENZIONE