
LO PSICOLOGO IN INTERNET: ELENCO PSICOLOGI, FACEBOOK, FORUM, YOUTUBE, SITO WEB

Lo Psicologo si pubblicizza in internet

Internet stà diventando il canale principale attraverso cui le persone cercano lo Psicologo. Se ci pensiamo bene era un fenomeno facilmente prevedibile, in quanto il web ha caratteristiche tali da renderlo il canale privilegiato in questo tipo di ricerche.

Vediamome i motivi principali.

- Il nostro è un settore molto delicato, talmente delicato che spesso le persone preferiscono evitare di parlare delle proprie difficoltà nella sfera psicologica anche con amici e parenti. Cercare un professionista attraverso internet permette di poterlo fare senza esporsi e senza parlarne con nessuno.
- Internet è ricco di informazioni, articoli e spiegazioni. Le persone quando hanno una problematica sentono il bisogno di capirne un po' di più, di avere risposte a riguardo, fossero anche solo risposte alle domande: *“come si chiama quello che ho?”* o *“sono il solo ad avere questo problema?”*
- Il web ti permette di scegliere prima di esporti. E' come entrare in un negozio di vestiti nel momento in cui noi non sappiamo neppure se vogliamo realmente acquistare qualcosa oppure no, avendo la certezza di poter guardare tutta la merce senza che arrivi nessun commesso a fare domande a cui non sapremmo nemmeno rispondere.

Uno Psicologo può essere presente in internet in modi molto diversi tra loro.

Le modalità principali attraverso cui lo Psicologo oggi compare in internet sono:

- Un Elenco Psicologi
- Forum
- Social Network (es. Facebook)
- Youtube
- Sito web personale

Se questa varietà da un certo punto di vista è una ricchezza, dall'altro rende difficile capire il perché scegliere un canale rispetto ad un altro, e soprattutto rende complesso il comprendere come utilizzarlo.

Vediamo quindi i canali principali cercando di analizzare quali requisiti devono avere e quando è opportuno utilizzarli, ricordandoci anche che spesso la soluzione migliore è utilizzare più canali alla volta.

Portale (Elenco Psicologi)

Un Elenco Psicologi tecnicamente è un portale verticale (cioè dedicato ad un unico argomento) con lo scopo di fungere da vetrina per i professionisti della psicologia.

E' di fatto la soluzione con il migliore rapporto costi/benefici.

Un buon Elenco Psicologi è in grado di traghettare verso il professionista un buon numero di contatti ad un costo basso.

Per questi motivi daremo più spazio a questo canale rispetto agli altri.

Principali punti di forza

Il punto di forza principale di un buon Elenco Psicologi è il basso investimento economico richiesto. Rapporto costi/benefici: un Elenco ben strutturato è la soluzione che permette di essere contattati da pazienti con la minore spesa.

Limiti principali

Il limite principale risiede nella possibilità di personalizzare il proprio inserimento.

Un Elenco Psicologi per poter dare un'immagine di credibilità verso le persone che vi navigano, deve mantenere una coerenza grafica ed editoriale.

Se le pagine di un portale sono strutturate in modo troppo diverso tra loro, sia da un punto di vista grafico, sia come formattazione delle stesse (grassetti, titoletti, struttura della presentazione, presenza o assenza di foto, ecc.) lo stesso viene percepito dal navigatore come poco credibile. Quindi se da un lato un Elenco è in grado di portarci contatti di pazienti ad un costo basso, dall'altra è relativamente in grado di esprimere compiutamente l'identità professionale del singolo collega.

Come identificare un buon Elenco Psicologi

La caratteristica principale che deve avere è il posizionamento su Google.

Il posizionamento su Google è la principale fonte di contatti di pazienti per un portale dedicato a questo argomento.

I termini utili (in ordine di importanza) con cui il portale deve comparire sono:

- **Psicologi + città (es. "psicologi milano").**
Sottolineo: "Psicologi" e non "Psicoterapeuti" o "Psicoanalisti", "Psichiatri" o un'altra dicitura simile. Questo perché anche se le persone tendono a vedere questi termini come sinonimi, di fatto nel momento in cui fanno una ricerca in internet utilizzano praticamente sempre e solo il termine "Psicologi".
Per spiegarmi meglio, per ogni persona che scrive su Google "Psicoanalisti" ce ne sono quasi un centinaio che scrivono "Psicologi", quindi un portale posizionato con "Psicologi" tendenzialmente ha 100 volte il traffico di un portale posizionato con "Psicoanalisti".
- **Disturbi Psicologici + città (es. "disturbi d'ansia milano").**
Anche questo tipo di ricerche ha una quantità di traffico abbastanza elevato.
Le ricerche "disturbo + città" invece porta un traffico minore, ma presenta il vantaggio di traghettare verso di noi un tipo di paziente più mirato sulle problematiche che effettivamente noi trattiamo.

Un secondo punto a cui prestare attenzione nella scelta di un Elenco Psicologi sono le modalità di contatto.

Classicamente le modalità attraverso cui un paziente può contattare uno Psicologo in internet sono: telefono e mail.

Oltre all'ovvietà che ci devono essere entrambi (telefono e mail), sulla mail bisogna sottolineare alcuni aspetti importanti:

- **L'indirizzo mail deve essere sempre nascosto**, e il contatto deve avvenire attraverso un apposito form (campo attraverso il quale l'utente può scrivere allo psicologo). Questo per proteggere la mail dallo SPAM. Può sembrare un problema secondario, ma non lo è, in quanto un indirizzo mail pubblicato su un portale realmente visibile in internet in breve tempo ci porta a ricevere qualche centinaio di mail di spam al giorno, rendendo così quasi inutilizzabile quella casella di posta.
- **Il form di contatto non deve contenere frasi che disincentivano il contatto stesso.** Uno dei momenti più delicati è quello in cui la persona ha davanti a sé il form da compilare e si appresta a scrivere. In quel momento la persona ha bisogno di sapere che le cose che scriverà verranno lette solo dal destinatario in una modalità protetta. In questo punto della pagina quindi, qualsiasi accenno ad una segreteria che valuta i contatti, ad una pubblicazione online, o a qualsiasi altra cosa di questo genere, di fatto disincentiva la maggior parte dei contatti.
- **Il form di contatto deve essere in una posizione intuitiva e subito visibile**, senza doverlo ricercare attivamente nella pagina o effettuare un click in più per trovarlo. Questo punto può sembrare una finezza di poco conto, ma la percentuale delle persone che cerca un contatto e poi abbandona è molto elevata. Questo perché una persona nel momento in cui decide di andare da un professionista ha mille dubbi ed è sempre in una posizione incerta, ed anche un ostacolo piccolissimo potrebbe farlo decidere di "scrivere più tardi". Cosa che poi ovviamente non farà.
- **Un ultimo fattore importante che disincentiva il contatto è il CHAPTA.** Il chapta è un sistema abbastanza antipatico che quasi sicuramente tutti hanno incontrato su web. Questo sistema si basa sul far ricopiare una scritta distorta e contenuta in un'immagine dentro un campo del form. Il chapta è un sistema anti-spam non particolarmente efficace che ha come effetto collaterale quello di disincentivare le persone a scrivere.

Un'altra variabile molto importante è quella redazionale.

Un Elenco Psicologi, oltretutto essendo noi dottori, non può contenere errori grammaticali o discontinuità editoriali.

L'effetto della presenza di errori grammaticali è facile da intuire, mentre quello della discontinuità editoriale ha un effetto più sottile ma forse anche più importante.

Un portale per generare nel navigatore una sensazione di affidabilità deve essere strutturato in maniera semplice, chiara e soprattutto coerente.

Questo significa che le pagine del portale devono avere tutte la stessa struttura (sia la parte riferita alla presentazione degli Psicologi, sia la parte riferita agli articoli, ecc.).

Significa anche che guardando le diverse pagine personali dei professionisti sia riconoscibile una continuità ed una struttura condivisa nelle stesse.

Inutile dire che il modo migliore per ottenere questo risultato è un Elenco dotato di una vera e

propria redazione che si preoccupa di inserire ed eventualmente correggere i contenuti che andranno pubblicati.

Questa soluzione è tanto migliore quanto più la redazione svolge la funzione di filtro, supervisionando i testi ed eventualmente correggendoli (sia da un punto di vista grammaticale, sia da un punto di vista redazionale).

Perfezionare i testi prima della pubblicazione spesso significa mettere i grassetti, evidenziare i titoletti ed operare tutti quegli aggiustamenti che rendono un testo di facile lettura su monitor, aumentando così di molto l'efficacia comunicativa e quindi i risultati attesi.

Un ultimo punto da sottolineare è l'importanza della focalizzazione del portale stesso.

Un sito in genere è tanto più efficace quanto più è focalizzato verso un unico tipo di utenti.

Sottolineo: non un unico argomento, ma un unico tipo di utenti.

Se un portale è dedicato ad un argomento, potrebbe trattare quell'argomento con un taglio sbagliato o fuorviante, se invece è dedicato ad una tipologia di utente questo problema non esiste.

Un portale che parla di Psicologia potrebbe trattare di:

- Clinica (cioè avere contenuti per psicologi clinici e psicoterapeuti)
- Disturbi psicologici (cioè avere contenuti e servizi per pazienti)
- Crescita personale (cioè avere contenuti per persone che vogliono semplicemente migliorare sè stesse)
- Psicologia del lavoro (contenuti su temi come: selezione del personale, gestione delle risorse umane, ecc.)
- Servizi per aziende: (può contenere ad esempio una vetrina di professionisti che si occupano di selezione)
- Esami universitari (contenuti rivolti a studenti)
- ecc.

Ovvio è che più si mira a tipi diversi di utenti diversi tra loro e meno si riesce a mirare gli utenti stessi con il risultato che si sentiranno meno "a casa loro" e daranno meno credito al portale stesso.

Viceversa un portale dedicato specificatamente ad una sola tipologia di utente risulterà più credibile verso lo stesso e quindi più efficace.

Nello specifico, un portale strutturato come Elenco Psicologi, dovrebbe contenere solo risorse dedicate alle persone che possono voler contattare uno Psicologo.

Ad esempio potrebbe essere coerente pubblicizzare un libro divulgativo su un disturbo specifico, mentre inserire un un testo universitario sarebbe fuori luogo.

Nello stesso modo gli articoli presenti, gli eventuali corsi, i servizi proposti dagli Psicologi inseriti, più sono mirati ad uno specifico utente, maggiore è l'effetto fiducia verso il portale e quindi maggiori sono i risultati concreti per il singolo professionista.

Quando usarlo

Un Elenco Psicologi porta risultati concreti soprattutto verso i colleghi che lavorano in ambito clinico, risulta particolarmente efficace nel portare contatti di pazienti in cerca di un aiuto per le proprie problematiche psicologiche.

E' utile anche per proporre gruppi o corsi non professionalizzanti o libri divulgativi.

In misura inferiore porta risultati anche per i colleghi che si occupano di crescita personale.

Non è utile, o lo è solo marginalmente, ai colleghi che vogliono promuovere servizi legati alla Psicologia del lavoro, Psicologia dello sport, formazione professionale, ecc.

Note

L'essere su un Elenco, quindi comparire assieme ad altri colleghi, non significa solo "avere la concorrenza vicino", ma significa anche "essere nel posto dove il paziente si sente libero di poter scegliere".

Cioè come noi nel momento in cui andiamo anche solo a fare la spesa preferiamo un luogo dove possiamo trovare più scelta, nello stesso modo anche chi cerca lo Psicologo preferisce un posto dove ha più scelta.

Social Network (es. Facebook)

I social network sono portali strutturati per lo più sui rapporti personali.

Solitamente contengono una pagina personale attraverso cui presentarsi, uno spazio per inserire le proprie foto, e soprattutto strumenti per gestire una rete relazionale (gli amici).

I social network nascono come rete di relazioni alla pari, ovvero si dà come presupposto che tutti siano sullo stesso piano (questo è importante, poi vedremo il perché).

Il social network attualmente più famoso è Facebook.

Facebook è talmente famoso ed utilizzato che sembra abbia più traffico di Google stesso.

Principali punti di forza

L'iscrizione è gratuita.

Alcuni Social network vengono utilizzati da tantissime persone.

Limiti principali

I limiti principali sono:

- **I Social network partendo dal presupposto che tutti siano allo stesso livello**, tendono a svalutare la professionalità a favore della capacità espressiva nel testo scritto. Cioè un professionista non ha un valore in quanto professionista, ma solo se nelle relazioni attive che instaura nel social network riesce a ricavarsi una propria credibilità.
- **La maggior parte dei Social network non sono strutturati per ospitare professionisti**, e quindi non mettono a disposizione strumenti specifici per portare un ritorno agli stessi. Molti Social (tra cui ad esempio facebook) iniziano ad inserire alcuni strumenti utili da un punto di vista lavorativo, ma attualmente tali strumenti sono pochi e pensati per altre tipologie di attività molto diverse dalla nostra.
- **Si tende a confondere l'ambito professionale con quello privato**, rischiando così di limitare e/o danneggiare entrambi.

Come identificare un buon Social network

La prima caratteristica da prendere in considerazione è il numero degli iscritti nella propria zona geografica.

Una volta identificato un Social network con un buon numero di utenti consiglio di provare ad esplorarlo il più possibile prima di iniziare ad intervenire in qualsiasi modo.

Le cose importanti su cui prestare attenzione sono:

- le relazioni tra gli utenti
- che cosa genera status all'interno di quel Social specifico
- quali sono i gruppi già esistenti
- gli strumenti di gestione della privacy

Quando usarlo

Il ritorno che può portare un Social network è in generale basso e circoscritto principalmente a chi si occupa di crescita personale.

Esistono alcuni Social network dedicati esclusivamente al mondo professionale.

Questi ultimi possono portare alcuni ritorni ai colleghi che si occupano di Psicologia del lavoro.

Da notare anche che usare un Social network solo in ambito privato è comunque utilizzare un social network.

Ricordo ad esempio un giovane collega che aveva pubblicato le foto di una festa in cui compariva completamente ubriaco....

Ricordiamoci sempre che mettere una foto in internet significa condividerla con altri, e questi altri non sempre sono solo chi decidiamo noi.

Facebook ha ad esempio un pannello di controllo per la privacy ricco di funzioni da studiare molto accuratamente, lo sottolineo perché con un buon settaggio diviene possibile controllare con maggiore attenzione questi aspetti.

Note

E' difficile fare un discorso generale sui Social network, in quanto ne esistono tantissimi e sono tutti strutturati in modo diverso tra loro.

Un Social può includere strumenti come chat, blog, forum, bacheche, fotogallery, ecc., può essere strutturato come Social network amicale, professionale o può anche essere legato ad una specifica zona geografica.

Forum

I forum nascono come spazio di discussione tra pari, ed in quanto ambienti relazionali sono per i nostri scopi abbastanza vicini ai Social network.

Principali punti di forza

L'iscrizione è gratuita.

Limiti principali

I limiti principali sono:

- **I forum come i social network, partendo dal presupposto che tutti siano allo stesso livello**, tendono a svalutare la professionalità a favore della capacità espressiva nel testo scritto.
Quindi il professionista se cerca di ottenere uno spazio solo perché ha un titolo, molto probabilmente verrà poco considerato e facilmente preso in antipatia.
La credibilità in un forum la si conquista solo sul campo attraverso i propri interventi.
- **Le persone che intervengono in un forum** generalmente lo fanno per condividere le proprie problematiche con altre persone e non per avere un parere professionale: chi vuole un parere di un professionista di solito si rivolge ad un professionista.
Per questo motivo un forum con interventi di professionisti generalmente allontana la maggior parte degli utenti i quali neppure intervengono.

Come identificare un buon forum

Le caratteristiche da prendere in considerazione sono:

- **Il tema del forum stesso.**
Più il tema è affine ai servizi che noi eroghiamo e meglio è.
- **Gli interessi di chi gestisce il forum.**
Se chi gestisce il forum propone gli stessi servizi che noi proponiamo, è meglio lasciar perdere in quanto pubblicizzarsi sarebbe scorretto nei confronti di chi gestisce il forum stesso.
- **Il numero degli iscritti.**

Una volta identificato il forum giusto anche in questo caso consiglio di provare ad esplorarlo il più possibile prima di iniziare ad intervenire in qualsiasi modo.

Le cose importanti su cui prestare attenzione sono:

- Leggere molto attentamente le regole che si sottoscrivono nel momento dell'iscrizione
- Le relazioni tra gli utenti
- Che cosa genera status all'interno di quel Forum specifico
- Quali sono i gruppi già esistenti
- Se c'è qualcuno (professionista o no) a cui probabilmente "pesteremmo i piedi" con i nostri interventi.

Quando usarlo

Il ritorno che può portare un Forum è in generale basso e limitato principalmente a chi si occupa di crescita personale.

Anche gli spazi pubblicitari sui forum hanno un ritorno limitato rispetto ad un sito o ad un portale, mediamente di oltre 10 volte inferiore.

Note

Utilizzare un Forum da un punto di vista professionale è tutt'altro che semplice, ed è un'operazione che richiede tempo.

All'interno di un Forum c'è sempre una vera e propria comunità con regole, abitudini ed usanze, violare queste regole o forzare quando ancora si hanno pochi interventi è sempre controproducente.

YouTube

YouTube.com e' un portale di condivisione di video.

Principali punti di forza

E' gratuito e molto trafficato.

Può essere un'ottima piattaforma di supporto per ospitare i video da pubblicare in altri spazi (es. il proprio sito).

Limiti principali

I limiti principali sono:

- Gli utenti su YouTube saltano di video in video e solitamente non prestano attenzione né all'autore del video, né agli altri video inseriti dallo stesso autore.
- E' estremamente improbabile che una persona cerchi un video che riguardi la propria problematica.

Quando usarlo

Il ritorno diretto che può portare un video su YouTube è in generale basso e limitato principalmente a chi si occupa di formazione professionale o crescita personale.

Discorso diverso per un utilizzo di Youtube come piattaforma di supporto per video da pubblicare sul proprio sito web.

Quasi tutti i pazienti preferirebbero vedere e sentire parlare uno Psicologo prima di fissare un appuntamento nel suo studio.

Note

Realizzare un video non è un'operazione semplice.

Se il video deve essere uno strumento professionale deve essere sviluppato in modo professionale.

Sito Web

Se ben realizzato è il miglior compendio all'essere su un Elenco Psicologi in quanto ti consente di superare tutti i limiti presenti in esso, cioè attraverso il proprio sito web lo Psicologo può presentarsi in modo più compiuto esprimendo meglio le caratteristiche della sua professione ed i servizi che eroga.

Un sito web personale, essendo per forza di cose focalizzato su un professionista e non su un ambito, si può permettere in misura maggiore di trattare argomenti diversi tra loro e focalizzati ad utenti diversi (sottolineo che "in maniera maggiore" non significa "in piena libertà").

Principali punti di forza

Il punto di forza principale di un Sito web è quello di permettere al professionista di:

- **Definire meglio le proprie specificità professionali, ma anche personali** (cioè può esprimere meglio variabili come: personalità, modo di agire, ecc.)
- **Può includere in maniera compiuta anche i servizi erogati che travalicano l'ambito clinico.**

Limiti principali

Il limite principale di un sito web personale è il riuscire a trovare una web agency che sia realmente sia in grado di accompagnarci e consigliarci prima nella sua strutturazione, poi nello sviluppo.

Un secondo aspetto da considerare è il costo, molto più alto rispetto a tutti gli altri canali qui presentati.

Come identificare un buon Sito web

Un Sito web deve essere in grado di:

- Posizionarsi su Google per le ricerche attinenti ai servizi proposti
- Accompagnare l'utente fino al contatto diretto
- Dare un'immagine di professionalità e coerenza

Il problema nella scelta di chi realizzerà il sito è che la nostra scelta verrà fatta senza poter vedere prima il sito stesso.

Quello che al limite possiamo fare è vedere gli altri siti realizzati dalla stessa agenzia.

Da questo punto di vista si consiglia di:

- Rivolgersi a chi ha già realizzato siti nello stesso settore
- Controllare accuratamente il posizionamento degli altri siti realizzati
- Contattare direttamente i proprietari per chiedere se il sito porta contatti utili o meno
- Rivolgersi a chi ci può garantire un'assistenza continua nel tempo
- Che l'azienda che realizza il sito sia solida.

Quando usarlo

Un sito web è talmente duttile da essere indicato in quasi tutte le situazioni.

Sicuramente è molto utile nei casi in cui i servizi che si propongono sono:

- in ambito clinico;
- nella crescita personale;
- nella formazione professionale;
- nella psicologia del lavoro;
- nella psicologia dello sport;
- la scrittura di libri.

Note

Quando si sceglie di farsi realizzare un sito è molto importante tenere ben chiaro in mente che **avere un sito è una cosa, avere un sito che funziona è un'altra.**

Un sito per poter portare contatti utili deve prima di tutto posizionarsi, e al giorno d'oggi la concorrenza è molto elevata.

Per avere un'idea della concorrenza basta digitare su Google i termini "Psicologo città" e premere invio: Google stesso ci dirà quanta concorrenza c'è per quel termine.

Ad esempio se io scrivo su Google "psicologo voghera", Google mi dice: "Circa 20.900 risultati", cioè per comparire in prima pagina devo superare oltre 20.000 risultati!

Ho preso come esempio Voghera perché è una piccola città (è un comune di circa 40.000 abitanti), mentre per città maggiori abbiamo:

- **Napoli:** oltre 230.000 risultati da superare
- **Roma:** oltre 530.000 risultati da superare

Conclusioni

Voglio terminare questo articolo con una tabellina operativa che consenta di identificare subito quali canali si possono utilizzare in internet a dipendenza dal tipo di servizi che si propongono.

	Elenco Psicologi	Facebook	Forum	Youtube	Sito web
Psicologia Clinica e Psicoterapia	Molto utile	Inutile	Poco utile	Utile	Molto utile
Crescita personale	Utile	Poco utile	Poco utile	Utile	Molto utile
Psicologia del lavoro	Inutile	Poco utile	Poco utile	Poco utile	Molto utile
Formazione professionale	Inutile	Inutile	Inutile	Utile	Molto utile

Sottolineo che le valutazioni presenti non si rivolgono al canale in se, ma all'opportunità di sfruttare quel canale da un punto di vista professionale per la nostra categoria.

Aggiungo che internet cambia molto velocemente, quindi ciò che è vero oggi potrebbe non esserlo domani.

Oltre a questo, ogni professionista interpreta il proprio ambito specifico in modo peculiare, quindi quello che vale per la maggioranza di chi lavora in un dato settore può non valere in qualche singolo caso.

Stefano Sirri